

**UNIDERP – UNIVERSIDADE PARA DESENVOLVIMENTO
DO ESTADO E DA REGIÃO DO PANTANAL
PROGRAMA DE MESTRADO PROFISSIONAL EM PRODUÇÃO E
GESTÃO AGROINDUSTRIAL**

MILTON BATISTA FRÓES

**COMERCIALIZAÇÃO DE SEMENTES DE MILHO PARA O
PARAGUAI: UM ESTUDO DE CASO**

Campo Grande - MS

2008

MILTON BATISTA FRÓES

**COMERCIALIZAÇÃO DE SEMENTES DE MILHO PARA O
PARAGUAI: UM ESTUDO DE CASO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Nível de Mestrado Profissional em Produção e Gestão Agroindustrial da Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Produção e Gestão Agroindustrial.

Comitê de Orientação:

Prof. Dr. Bruno Ricardo Scheeren
Prof. Dr. Francisco de Assis Rolim Pereira
Prof. Dr. Fernando Paim Costa

Campo Grande - MS

2008

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central da UNIDERP

F956c Fróes, Milton Batista.
Comercialização de sementes de milho para o Paraguai: um estudo de caso. / Milton Batista Fróes. -- Campo Grande, 2008.
73f.

Dissertação (mestrado) - Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal, 2008.

“Orientação: Prof. Dr. Bruno Ricardo Scheeren”

1. Exportação 2. Comercialização 3. Mercado interno
4. Mercado externo I. Título.

CDD 21.ed. 658.848

FOLHA DE APROVAÇÃO

Candidato: **Milton Batista Fróes**

Dissertação defendida e aprovada em 12 de dezembro de 2008 pela Banca Examinadora:



Prof. Doutor **Bruno Ricardo Scheeren (Orientador)**



Prof. Doutor **Antonio Firmino de Oliveira Neto (UFMS)**



Prof. Doutor **Fernando César Bauer (UNIDERP)**



Prof. Doutor **Francisco de Assis Rolim Pereira**
Coordenador do Programa de Pós-Graduação
em Produção e Gestão Agroindustrial



Prof. Doutor **Guilherme Marback Neto**
Vice Reitor da UNIDERP/ANHANGUERA EDUCACIONAL

Dedico este trabalho *in memória*, a meu pai, Juvenal Fróes e minha mãe, Celina Batista, pela dádiva da vida. A meus filhos e às pessoas que colaboraram para que o mesmo pudesse ser realizado.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por propiciar forças nos momentos mais difíceis para levar adiante este projeto.

Agradeço ao meu orientador Prof. Dr. Bruno Ricardo Scheeren pelas sugestões e direcionamento para elaboração deste estudo.

Agradeço ao Prof. Dr. Francisco de Assis Rolim Pereira, Coordenador do Curso de Mestrado em Produção e Gestão Agroindustrial pelas sugestões e atenção à minha pessoa.

Agradeço em especial ao meu irmão, Carlos Furtado Fróes, pelo apoio nessa jornada.

Ao Professor e Gerente Comercial, Sr. Airton Geovani Corrêa, da Agropastoril Jotabasso, que autorizou a realização da pesquisa junto à empresa, e ao Luiz Carlos, do Setor de Exportação.

À minha filha, Caroline Quinhones Fróes, pela minha ausência nos fins de semana durante o período de aulas e conclusão deste estudo.

Aos meus alunos do 1^a. Série do Curso de Ciências Econômicas de 2008, pela compreensão devido à minha ausência como professor no segundo semestre deste ano letivo e aos alunos do Curso de Administração da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul.

Aos meus novos amigos e colegas de mestrado Christian, Tomio e Márcia, bem como a todos os outros colegas de turma, cujas participações foram fundamentais para se alcançar os objetivos.

Aos professores do Mestrado que não mediram esforços para transmitir os seus conhecimentos que serão de suma importância para as atividades profissionais daqui em diante.

Aos colegas professores da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, pelo incentivo durante o curso de Mestrado.

SUMÁRIO

LISTA DE TABELAS	vi
LISTA DE ABREVIATURAS	vii
RESUMO	ix
ABSTRACT	x
1 INTRODUÇÃO	11
2 REVISÃO DE LITERATURA	13
2.1 Internacionalização de produtos	13
2.2 Blocos econômicos	15
2.3 Mercado Comum do Sul - MERCOSUL	16
2.4 Legislação brasileira de comércio exterior	18
2.5 Importância da atividade exportadora	18
2.6 A busca do mercado	19
2.7 Procedimentos para a realização da exportação	21
2.8 A Intermediação financeira	25
2.9 Termos internacionais de comércio - Incoterms	26
2.10 Despacho aduaneiro de exportação	28
2.11 Condições de pagamentos internacionais e câmbio	30

2.12	Liquidação de operação cambial	38
2.13	Importância da semente	39
2.14	Brasil e o setor de sementes	40
2.15	Paraguai – aspectos gerais e legislação de sementes	44
2.16	Mercado mundial de sementes	46
3	MATERIAL E MÉTODOS	48
3.3	Coleta de dados	49
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	50
4.1	Exportações de milho, derivados e sementes (2006-2007)	53
4.2	Evolução das exportações da Jotabasso x produção	53
4.3	Canais de distribuição	55
4.4	Qualidade da semente de milho exportada	57
4.5	Embalagem	57
4.6	Preço do mercado interno e do mercado externo	59
4.7	Problemas alfandegários no Paraguai	61
4.8	Passos de uma exportação de sementes da Agropastoril Jotabasso	61
5	CONCLUSÕES	65
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	66
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	69

LISTA DE TABELAS

- TABELA 1 Valores e percentuais do PIB do Agronegócio Brasileiro, 2000 a 2007, em R\$ Milhões
- TABELA 2 As dez maiores empresas produtoras de sementes do mundo – 2006
- TABELA 3 Exportações de milho, derivados, sementes de MS (2006-2007)
- TABELA 4 Percentual de sementes de milho produzido pela Agropastoril Jotabasso destinado à exportação no período de 2002 a 2007
- TABELA 5 Modelo simplificado para formação de preço para exportação

LISTA DE ABREVIATURAS

BACEN - Banco Central do Brasil

C&F - *Cost and Freight* - Custo e frete (...porto de destino designado)

CCI - Câmara de Comércio Internacional

CIF - *Cost, Insurance and Freight* - Custo, seguro e frete. (...porto de destino designado)

CIP - *Carriage and Insurance Paid to...* - Transporte e seguros pagos até...(local de destino designado)

COFINS - Contribuição para Financiamento da Seguridade Social

CPT - *Carriage Paid To...* - Transporte pago até...(local de destino designado...)

CRT – Conhecimento de Transporte internacional por rodovia

DAF - *Delivered At Frontier* – Entrega na fronteira ...local designado)

DDP - *Delivered Duty Paid* – Entrega direitos pagos (...local de destino designado)

DDU - *Delivered Duty Unpaid* – Entrega com direitos não-pagos (...local de destino designado)

DECEX – Departamento de Comércio Exterior

DEQ - *Delivered Ex Quay* - Entrega a partir do cais (...porto de destino designado)

DES - *Delivered Ex Ship* - Entrega a partir do navio (...porto de destino designado)

DHE - Distinção, Homogeneidade e Estabilidade

DOU - Diário Oficial da União

EXW - *EX Works* - A partir do local de produção (...local designado: fábrica, armazém, etc.)

FAS - *Free Alongside Ship* - Livre junto ao costado do navio. (...porto de embarque designado)

FCA - *Free Carrier* – Transportador livre (...local designado)

FOB - *Free on Board* – Livre a bordo (...porto de embarque designado)

ICMS - Imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual, intermunicipal e de comunicação

INCOTERMS - *International Commerce Terms* - Termos Internacionais de Comércio

IOF - Imposto sobre Operações Financeiras

IPI - Imposto sobre Produtos Industrializados

MAA – Ministério da Agricultura e Abastecimento

MERCOSUL – Mercado Comum do Sul

MIC/DTA – Manifesto Internacional de Carga Rodoviária/Declaração de Trânsito Aduaneiro

PASEP - Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público

PICE - Programa de Integração e Cooperação Econômica

PIS - Programa de Integração Social

REI - Registro de Exportadores e Importadores

RNCC - Registro Nacional de Cultivares Comerciais

SCE - Seguro de Crédito à Exportação

SECEX – Secretaria de Comércio Exterior

SENAVE – Servicio Nacional de Calidad y Sanidad Vegetal y Semillas

SISCOMEX - Sistema Integrado de Comércio Exterior

TEC - Tarifa Externa Comum

UCP 500 - Regras Uniformes e Práticas para Crédito Documentário - UCP 500

UFIR – Unidade Fiscal de Referência

RESUMO

COMERCIALIZAÇÃO DE SEMENTES DE MILHO PARA O PARAGUAI: UM ESTUDO DE CASO

O presente estudo foi desenvolvido no período de agosto de 2007 a outubro de 2008 na empresa Agropastoril Jotabasso localizada no Município de Ponta Porã – MS. O objetivo do trabalho foi identificar o processo de internacionalização e comercialização de sementes de milho empregado pela Jotabasso no Paraguai. O estudo foi fundamentado com bibliografia sobre o assunto, buscas em sites da internet e acompanhamento de ações na empresa. Constatou-se que a empresa decidiu operar no mercado do Paraguai em função das oportunidades de negócios. Procurou-se mostrar as diversas etapas da internacionalização desde a busca do mercado, abertura do crédito, tipos de exportação, tipos de negociação, até a fase da liquidação do contrato de câmbio, donde se conclui que esse processo é bastante burocrático além do que permitiu demonstrar a razão pela qual a empresa entrou no mercado externo.

Palavras-chave: Exportação, comercialização, mercado interno, mercado externo.

ABSTRACT

COMMERCIALIZATION OF CORN'S SEED TO PARAGUAY: A CASE OF STUDY

The present study was developed in the period of August 2007 into October 2008 in the firm Agropastoril Jotabasso localized in the municipal district of Ponta Porã – MS. The objective of this study was to identify the process of internationalization and commercialization of corn's seed employed by Jotabasso in Paraguay. The study was well-grounded with bibliography above subject, search in site of internet and accompaniments of actions in the firm. It verified that the firm decided to operate in the market of Paraguay in reason of opportunities of business. It aimed at to show the diverse stages of internationalization from the well-ground to, the open of the credit, type of exportation, until the phase of the liquidation of exchanged contract, from which it concludes that these process is very bureaucratic, also it permitted to demonstrate the reason that the firm entered in the external market.

Key-words: Exportation, commercialization, intern market, external market

1 INTRODUÇÃO

O Brasil, a partir dos anos 1990, passou por um processo de reestruturação econômica mais acentuada que modificou a sua situação nas relações econômicas internacionais, com ênfase maior às exportações do que às importações. Destacam-se três formas de aberturas comerciais, a abertura unilateral do comércio em 1990, a abertura regional através do Mercado Comum do Sul (MERCOSUL) e abertura multilateral com a Organização Mundial do Comércio (OMC), as duas últimas ocorridas em 1995. Essas aberturas comerciais provocaram um movimento de internacionalização da atividade econômica em um mundo cada vez mais destituído de fronteiras reais.

O comércio entre países fez com que houvesse a necessidade de conhecimentos fundamentais sobre o comércio internacional em qualquer ramo de atividades, alimentos, *commodities*, têxteis, máquinas e equipamentos, exportação de sementes, entre outros. A maioria dos empresários foi obrigada a buscar conhecimentos para entrar no mercado internacional, em vista dessa abertura da economia, a partir dos anos 1990. Os profissionais nessa área eram poucos, e havia uma carência de material sobre o assunto.

A Jotabasso iniciou a busca do mercado internacional com intuito de agregar novos mercados para comercialização, visto que grandes empresas como a Monsanto, Pioneer, Syngenta, Dow Agrocience, Santa Helena, Semeali já existiam como concorrentes.

Todos os negócios internacionais da empresa foram direcionados para o país vizinho, o Paraguai, cuja atividade foi considerada rentável mesmo com a desvalorização do dólar, salvo quando o real estava muito valorizado (2006 –

2007), exportando com margem de lucro bastante reduzida ou até mesmo em alguns casos com prejuízo, mas para manter o mercado, continuou vendendo regularmente no período de baixa cambial. A compensação do baixo valor das negociações foi superada pelas isenções fiscais de impostos como o ICMS, IPI, Imposto de Exportação - IE, Programa de Integração Social - PIS e Contribuição para Financiamento da Seguridade Social - COFINS.

Em vista que o produto e a empresa não eram conhecidos no Paraguai, a mesma realizou diversas ações juntos aos potenciais compradores no intuito de divulgar o seu produto, como dia de campo e participação nas principais exposições agropecuárias. Fez pesquisa de mercado para verificar os problemas e potencialidades de comercialização de sementes de milho híbrido, partindo de uma atuação pequena a uma atuação considerável naquele mercado, consolidando a sua marca e produto.

O processo de comercialização de sementes de milho para o bloco MERCOSUL justifica-se pela grande relevância do assunto como instrumento de conhecimento para o meio acadêmico e para profissionais da área devido Mato Grosso do Sul estar despontando para o comércio internacional, principalmente no agronegócio.

A presente dissertação teve por objetivo geral demonstrar o processo de comercialização de sementes de milho para o Paraguai através de um estudo de caso da empresa Agropastoril Jotabasso evidenciando alguns aspectos da internacionalização, tais como: por que a empresa decidiu pela internacionalização de sementes de milho e quais os benefícios que a mesma teve nesse processo.

Os objetivos específicos do presente trabalho foram: verificar o processo burocrático da exportação de sementes de milho; identificar as barreiras no país do importador; demonstrar a formação de preço da exportação de sementes de milho da empresa exportadora.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Internacionalização de produtos

Segundo Borini *et al* (2006) a internacionalização é o processo pelo qual a empresa deixa de operar nos limites do mercado nacional de origem e passa a explorar mercados estrangeiros, atuando de diferentes modos, mediante exportações diretas ou de simples exportação indireta até operações estrangeiras mais complexas e com maior comprometimento de recursos à instalação de subsidiárias no estrangeiro.

Raboch e Amal (2006) referem-se à internacionalização como sendo o processo por meio do qual a empresa inicia suas operações fora do seu mercado de origem e complementam que é o processo de obtenção de parte ou totalidade do faturamento, a partir de operações internacionais, seja por meio de exportação, licenciamento, alianças estratégicas, aquisição de empresas em outros países ou construção de subsidiárias próprias com diferentes modos de atuação no exterior, como exportação direta, indireta, entre outros que fazem parte das estratégias de internacionalização.

A internacionalização pode ser entendida como um processo crescente e continuado, trata-se de um fenômeno antigo e que tradicionalmente vem sendo descrito como um mecanismo de desenvolvimento das exportações de uma empresa via aumento de sua atuação em mercados potenciais, tanto importadores quanto exportadores. A tendência das empresas é buscar novos mercados mais sofisticados e diversificados para a colocação de seus produtos e entender as razões e motivos que levam uma firma a exportar para o exterior.

Soares (2004) enfatiza que a empresa que quiser se internacionalizar deve direcionar seu planejamento estratégico, com visão de longo prazo, objetivando buscar e manter os seus negócios internacionais tanto em relação às exportações como importações, manter os negócios e os monitorar adequadamente a fim de que os investimentos cresçam bem como os ganhos diretos e os lucros aumentem. A empresa enfrenta a concorrência internacional e devido aos padrões de consumo desse comércio, pode oferecer também no mercado doméstico produtos de alta qualidade.

A empresa deve ter uma capacidade produtiva mensal que possa atender à demanda do mercado, deve estar ciente do grande mercado consumidor para que possa atender aos pedidos de seus produtos. A exportação esporádica é prejudicial à empresa, por isso quando se decidir a entrar nesse mercado competitivo ela deve estar ciente de que tem que cumprir com os pedidos que lhe serão feitos, sob pena de perder futuras vendas para outros concorrentes.

Os melhores mercados para se começar uma atividade exportadora é através de países que apresentam as menores distâncias do comércio internacional, para mercados mais conhecidos, mais próximos geográfica e culturalmente, além de mercados em rápido crescimento, mas que possuam mais similares culturais, mercados em que a competição é menos agressiva e mercados grandes. A maneira mais comum de se internacionalizar uma empresa é através da exportação, que possibilita a participação das empresas nos negócios internacionais. Atualmente, para qualquer empresa que deseja sobreviver e crescer, é necessário planejar bem o processo de internacionalização de seus negócios, buscar uma maneira eficiente, tornando-se assim uma empresa com sucesso nos mercados estrangeiros (BREITENBAUCH e TEODORO, 2005).

As principais barreiras impostas pelos países são as barreiras tarifárias, pelas quais se aplicam os impostos de importação na chegada de produtos no país de destino e as barreiras não tarifárias, que são as piores, pois através destas os países compradores dos produtos brasileiros, colocam várias exigências como, análise técnica do produto, análise química, quotas, e muitas outras para se protegerem da entrada de produtos estrangeiros (SALVATORE, 2000).

Como regra geral, há muita dificuldade de se colocar produtos no mercado internacional devido às barreiras impostas por outros países. Por exemplo, as variedades de sementes, para serem utilizadas comercialmente no Paraguai, devem ser inscritas no Registro Nacional de Cultivares Comerciais - RNCC cumprindo os requisitos de distinção, homogeneidade e estabilidade (DHE), e terem passado por testes de avaliação agrônômica por, no mínimo, dois anos. O Paraguai estendeu essa proteção a todos os gêneros e espécies de cultivares (ACOSTA, 2004).

O procedimento de comercialização para países do bloco MERCOSUL é semelhante para qualquer país fora do bloco e para qualquer produto, o que mudam são as normas, os acordos firmados entre as partes, com o importador e o exportador e o tipo de negociação.

2.2 Blocos Econômicos

Devido à economia mundial globalizada, a tendência comercial é a formação de blocos econômicos, os quais são criados com a finalidade de facilitar o comércio entre os países. Outro motivo seria criar regiões protegidas através da união de diversos países os quais possuem interesses em comum, a fim de dificultar a entrada de produtos de empresas de outros países. Essa seria a idéia e razão da formação de blocos econômicos, ou seja, para dar mais segurança aos empresários que atuam num determinado bloco contra a concorrência de empresas mais eficientes de outros países ou de outros blocos econômicos, sendo que a finalidade principal é de desenvolver o comércio regional.

A constituição dos blocos econômicos atende também à estratégia de países periféricos que buscam atrair capitais externos, e também propiciam a redução ou isenção de impostos ou de tarifas alfandegárias e buscam soluções em comum para problemas comerciais (SIMÕES e MORINI, 2002). Segundo Batalha (2001), a crescente internacionalização dos mercados tem sido acompanhada por um processo de formação de blocos econômicos. Os tipos possíveis de associação entre países são: a) comércio preferencial; b) zona de livre comércio; c) união alfandegária; d) mercado mundial; e por último, e) união

econômica. No quarto caso, mercado mundial, não somente há uma união alfandegária, mas os recursos financeiros e humanos podem movimentar-se sem restrições. O MERCOSUL é uma tentativa nesse sentido, embora as dificuldades de implementação levem o bloco a uma associação mais simples.

2.3 Mercado Comum do Sul - MERCOSUL

O MERCOSUL é considerado um processo de integração econômica, denominado Mercado Comum, cuja fase atual é a União Aduaneira Imperfeita, por ainda existir lista de exceções às isenções tarifárias de importação e por haver indefinições temporais na aplicação da Tarifa Externa Comum -TEC. O termo mais usual utilizado para se referir ao MERCOSUL é Mercado Comum do Sul (RATTI, 2000; MERCOSUL, 2007). O termo Mercado Comum Sul-Americano ou do Cone Sul, encontra-se em Salvatore (2000); e Mercado Comum Latino-Americano, em Gastaldi (1999).

A origem da formação do MERCOSUL teve, em primeiro momento, a aproximação Brasil-Argentina, cuja integração entre esses dois países foi impulsionada por três fatores principais:

1. a superação das divergências geopolíticas bilaterais;
2. o retorno ao regime democrático, com o fim do período de exceção; e
3. a crise do sistema econômico internacional.

Inicialmente a assinatura da Declaração de Iguazu ocorreu em 30 de novembro de 1985, pelos presidentes José Sarney e Raúl Alfonsín. Depois, em 20 de julho de 1986, foi assinada a Ata de Integração Brasileiro-Argentina, em que se estabeleceram os princípios fundamentais do Programa de Integração e Cooperação Econômica - PICE. O objetivo do PICE foi propiciar a formação de um espaço econômico comum por meio da abertura seletiva dos mercados brasileiro e argentino e estimular a complementação econômica de setores específicos das economias dos dois países (SIMÕES e MORINI, 2002).

Em outra reunião, em 17 de dezembro de 1994, denominada Protocolo de Ouro Preto foi complementado o acordo entre os países membros, no qual

estipulava que a partir de janeiro de 1995, todas as mercadorias e serviços que transitassem entre esses quatro países signatários do acordo teriam livre acesso comercial, com ressalvas a alguns itens e posterior harmonização¹ até o final do ano de 2005, quando toda economia da região seria integrada. O acordo teve três fases:

1) março/91 a dezembro/94: período de transição - programa de liberação comercial;

2) janeiro/95 a dezembro/99: caracteriza-se pela união aduaneira - estabelece-se a Tarifa Externa Comum - TEC;

3) janeiro/2000 a dezembro/2004: integração de fato - mercado comum. E os países se comprometeram a adotar políticas macroeconômicas e setoriais comuns envolvendo tanto as de comércio exterior, agrícola, industrial, fiscal, monetária e cambial e de capitais, como as de serviços alfandegários, transportes e comunicações (MERCOSUL, 2007).

O Tratado de Assunção possuía muitas metas genéricas e ambiciosas, sob os aspectos de formação econômica de integração ampla, chegando à integração total entre os países membros, por exemplo, no que se refere à moeda única, banco único, livre trânsito de pessoas entre os países, na área educacional, mas foi somente sob o aspecto comercial que o tratado avançou (DATHEIN e VANAZZI, 2007).

Segundo Gastaldi (1999), “A criação de um mercado comum latino-americano, agora traduzido no MERCOSUL, em vigor desde janeiro de 1995, era aspiração antiga das economias regionais da América Latina”.

¹ A Nomenclatura Brasileira de Mercadorias (NBM) adota uma sistemática de classificação que recebeu a denominação de Sistema Harmonizado de Designação e de Codificação de Mercadorias, ou simplesmente Sistema Harmonizado (SH) É um método internacional de classificação de mercadorias, baseado em uma estrutura de códigos. O Brasil, a Argentina, Paraguai e o Uruguai adotam desde janeiro de 1995, a Nomenclatura Comum do MERCOSUL (NCM) que tem por base o SH. Dos oito dígitos que compõem a NCM, os seis primeiros são formados pelo SH. O sétimo e o oitavo correspondem a desdobramentos específicos atribuídos no âmbito do MERCOSUL (VASQUES, 2004; MURTA, 2005).

2.4 Legislação brasileira de comércio exterior

Qualquer empresa, se desejar exportar ou importar produtos pode habilitar-se junto à Secretaria da Receita Federal - SRF como Exportadora e Importadora, conforme Portaria nº 36, de 22 de novembro de 2007, publicada no Diário Oficial da União - DOU em 26 de novembro de 2007.

A Portaria da SRF diz: no seu Art. 1º que a inscrição no Registro de Exportadores e Importadores - REI, da Secretaria de Comércio Exterior - SECEX, é automática, sendo realizada no ato da primeira operação de exportação ou importação em qualquer ponto conectado ao Sistema Integrado de Comércio Exterior - SISCOMEX. § 1º Os importadores já inscritos no REI terão a inscrição mantida, não sendo necessária qualquer providência adicional. § 2º A pessoa física somente poderá importar mercadorias em quantidades que não revelem prática de comércio, desde que não se configure habitualidade. Art. 2º A inscrição no REI poderá ser negada, suspensa ou cancelada nos casos de punição em decisão administrativa final, pelos motivos abaixo: I - por infrações de natureza fiscal, cambial e de comércio exterior ou, II - por abuso de poder econômico (MDIC, SECEX, 2007).

2.5 Importância da atividade exportadora

A atividade exportadora é muito importante para as empresas, pois através dessa atividade podem ser assinaladas algumas vantagens para o exportador, as quais podem colaborar para um aumento de produtividade, diminuição de carga tributária como a não incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI, Imposto sobre circulação de mercadorias e prestação de serviços - ICMS², Contribuição para Financiamento da Seguridade Social - COFINS. Além disso, as receitas decorrentes da exportação isentam também da contribuição para o Programa de Integração Social - PIS e para o Programa de Formação do

² Nome completo do ICMS: imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual, intermunicipal e de comunicação.

Patrimônio do Servidor Público - PASEP. Quando da intermediação financeira por ocasião do fechamento do Contrato de Câmbio de bens e serviços, há ainda a isenção do Imposto sobre Operações Financeiras - IOF (CASTRO, 2000; GARCIA, 2006; MRE/FIPE/USP, 2007).

Outras vantagens se destacam para o exportador: a) redução da dependência das vendas internas à diversificação de mercados (interno e externo) proporciona à empresa maior segurança contra as oscilações dos níveis da demanda interna; b) aumento da capacidade inovadora - as empresas exportadoras tendem a ser mais inovadoras que as não-exportadoras; costumam utilizar número maior de novos processos de fabricação, adotam programas de qualidade e desenvolvem novos produtos com maior frequência; c) as empresas que exportam se destacam na área de recursos humanos; d) aperfeiçoamento dos processos industriais (melhoria na qualidade e apresentação do produto, por exemplo) e comerciais (elaboração de contratos mais precisos e novos processos gerenciais) - a empresa adquire melhores condições de competição interna e externa; e) imagem da empresa - o caráter de "empresa exportadora" é uma referência importante, nos contatos da empresa no Brasil e no exterior; a imagem da empresa fica associada a mercados externos, em geral mais exigentes, com reflexos positivos para os seus clientes e fornecedores (MRE/FIPE/USP, 2007).

2.6 A busca do Mercado

No momento em que uma empresa decide entrar no mercado internacional ou expandir suas atividades, o primeiro passo é apresentar-se ao mercado potencial comprador de seu produto. Essa apresentação deverá ser *in loco*, diretamente com o importador, ou via fax, carta ou *email*, mostrando o produto, o perfil da empresa, sua linha de produção e possibilidade de cumprir todos os preços e prazos que serão praticados com a possível negociação do produto.

De acordo com Acuff (1997) há necessidade de capacitação empresarial, e que cada negociador possa influenciar o outro de forma positiva e construtiva. [...] sabendo o tipo de negociação empresarial em que a empresa estará envolvida, poderá assumir formas muito diferentes. Além de investimentos diretos no exterior

[...]. E que a negociação é o processo de comunicação de mão dupla cujo objetivo é chegar a um acordo mútuo sobre necessidades e opiniões divergentes. Negociar significa persuadir, ao invés de usar a força bruta. [...], negociar quer dizer que o outro lado sentir-se-á satisfeito com o resultado na negociação.

A seleção de mercado é importante nesse processo. A empresa deve selecionar o mercado de atuação, verificar onde é melhor colocar o seu produto no menor custo possível, delimitar os países que apresentam como mais recomendáveis para a exportação, no que tange aos meios de transporte a serem utilizados e à distância geográfica (CASTRO, 2007).

Essas informações são rapidamente encontradas e estão ao alcance das empresas através dos meios de comunicação ou dos órgãos do comércio exterior, os quais dispõem de pesquisas já realizadas em diversos países e que são disponibilizados ao acesso aos exportadores brasileiros (MDIC, 2007).

As empresas participam do comércio internacional de modo ativo ou não e são classificadas de acordo com as categorias. As etapas do caminho a serem percorridos são, às vezes, muito difíceis, nem sempre se consegue chegar ao mercado internacional facilmente, no primeiro momento, há certa demora em preparar a primeira venda, que pode durar um ano ou mais, manter essa venda para o cliente e, enfim, diversificá-la para outros países. As empresas têm necessidades de participar de feiras internacionais, que é o primeiro canal para ver a potencialidade de seu produto para outros consumidores que não o do mercado interno (CASTRO, 2007).

De acordo com o MDIC (2007), as empresas podem ser classificadas segundo as categorias listadas a seguir, as quais revelam as etapas do caminho a ser percorrido até se transformarem em exportadoras ativas:

- não interessada: a empresa prefere vender exclusivamente no mercado interno, mesmo que exista interesse por parte de clientes estabelecidos no exterior ;
- parcialmente interessada: a empresa atende aos pedidos recebidos de clientes no exterior, mas não estabelece um plano consistente de exportação;

- exportadora experimental: a empresa vende apenas aos países vizinhos, pois os considera praticamente uma extensão do mercado interno, em razão da similaridade dos hábitos e preferências dos consumidores, bem como das normas técnicas adotadas;
- exportadora ativa: a empresa modifica e adapta os seus produtos para atender aos mercados no exterior - a atividade exportadora passa a fazer parte da estratégia, dos planos e do orçamento da empresa (MDIC, 2007).

2.7 Procedimentos para a realização da exportação

Para participar do comércio internacional há necessidade de definir como será internacionalizado o produto, se através da própria empresa produtora, (direta ou através de terceirização, ou seja, Comercial Exportadora (indireta) e *Trading Company* – TC (indireta e comparada)

Na exportação direta, o fabricante além da produção do produto deve promover seu produto no exterior, encarregando-se também de emitir os documentos necessários em nome do comprador no exterior. Ao fabricante cabe verificar a existência do comprador de seu produto no exterior, definir o produto e suas peculiaridades de acordo com o pedido do importador. Além disso, realizar a venda do produto, cuidar de toda a movimentação do produto da fábrica ou da plantação, por exemplo, até a efetiva saída para o exterior. Assegurar também os trâmites junto à Secretaria da Receita Federal e instituição financeira quando da contratação do câmbio (GARCIA, 2006).

O autor citado diz ainda que o fabricante deve estar preparado para levar em consideração que toda operação comercial com o exterior, deve responder a três questões básicas: "o que vender"?, "como vender"?, e "para quem vender"?. Sendo que a questão "como vender" pode representar a de maior complexidade, se for levado em conta que esta está intrinsecamente ligada ao conhecimento prévio das diferentes alternativas que levarão à internacionalização do produto no mercado alvo.

A Comercial Exportadora é uma empresa comum, não estando sujeita a qualquer legislação específica de comércio exterior. Ela pode ser constituída como Limitada - Ltda ou Sociedade Anônima - SA, não tendo compromisso algum de exportar qualquer valor. Deverá estar inscrita no Registro de Exportadores e Importadores, obtido junto à Secretaria da Receita Federal, através do Sistema Integrado de Comercio Exterior – SISCOMEX. Sendo que as vendas internas com fim específico de exportação representam apenas uma intenção de exportar, não gerando qualquer incentivo antes da efetiva exportação da mercadoria, de maneira que a saída da mercadoria do recinto industrial deverá ser feita com a suspensão do pagamento do IPI, e não incidência do pagamento do ICMS, considerando-se os prazos de 90 dias para produtos primários e 180 dias para produtos manufaturados, podendo ser prorrogados uma única vez por igual período. Na eventualidade do produto adquirido pela Comercial Exportadora não for exportado no prazo de 90 dias ou 180 dias, o fabricante será responsável pelo pagamento ao governo do ICMS e a Comercial Exportadora pelo pagamento do IPI. As vendas à Comercial Exportadora, com o fim específico de exportação, fazem com que o fabricante tenha direito à isenção de pagamento da COFINS, mas pagará o PIS (CASTRO, 2000).

A exportação indireta, ou via interveniente, é realizada com a exportação de produtos através de intervenientes que podem ser de acordo com Garcia (2006):

- a) Empresa comercial exclusivamente exportadora;
- b) Empresa comercial de atividade mistas (que opera tanto no mercado interno como externo);
- c) Cooperativas ou consórcios de fabricantes exportadores;
- d) Indústria cuja atividade comercial de exportação seja desenvolvida com produtos fabricados por terceiros.

As exportações indiretas e equiparadas através de uma *Trading Company* – TC, também caracterizada como comercial exportadora, é conhecida e difundida como *Trading Company*, porém, juridicamente não existe a expressão *Trading Company* como denominação de companhia brasileira de comércio exterior e o que difere uma da outra é o capital social para a sua formação. A

Trading Company é reconhecida no Brasil pelo Decreto-Lei número 1.248, de 29.11.72, no qual são definidos os critérios para sua constituição e regulamentação sua forma de atuação (CASTRO, 2000).

A TC para operar no comércio exterior também deverá estar inscrita no Registro de Exportadores e Importadores, junto à Secretaria de Comércio Exterior - SECEX, e deverá estar sujeita adicionalmente à obtenção do Certificado de Registro Especial também concedido pela SECEX em conjunto com Departamento de Comércio Exterior - DECEX, no Rio de Janeiro. Após a aprovação pela SECEX/DECEX do certificado especial, o mesmo será assinado e enviado à Superintendência da Receita Federal, para verificar eventuais débitos fiscais dos acionistas e sócios da empresa constituída. Estando tudo de acordo será nominado um representante legal. A empresa poderá operar tanto na área de exportação como de importação como também no mercado interno, com o fim específico de exportação. Uma das funções importantes desempenhadas é que essa empresa, devido à abrangência maior, tanto no Brasil, como no exterior, tem o papel de agente exportador, desempenhando função no comércio internacional brasileiro como elemento de ligação entre o produtor (exportador) e comprador no exterior (importador) (CASTRO, 2000).

Quanto aos impostos da TC, a saída da mercadoria da empresa industrial é feita com a suspensão de pagamento do IPI desde que as mercadorias tenham o fim específico de exportação. Do mesmo modo que as Comerciais Exportadoras (comum), as vendas internas à TC, com o fim específico de exportação, serão feitas com a não-incidência de pagamento do ICMS pelo prazo de 90 dias para os produtos primários e 180 dias para os produtos manufaturados. Caso a mercadoria adquirida pela TC não for exportada no prazo de 180 dias, caberá a ela o recolhimento do IPI e ao fabricante o recolhimento do ICMS (CASTRO, 2000; GARCIA, 2006).

Tanto na Comercial Exportadora como na *Trading Company* o acesso aos incentivos fiscais somente serão devidos após a entrega do Memorando de Exportação, acompanhado do Conhecimento de Embarque e do Comprovante de Exportação, emitidos pelo SISCOMEX, caracterizando a efetiva saída da mercadoria para o exterior.

Castro (2000) destaca algumas vantagens quando da utilização da terceirização:

- a) a empresa produtora pode-se dedicar exclusivamente à produção;
- b) os riscos comerciais são assumidos pela empresa comercial que realiza a exportação;
- c) pode representar também a diminuição de custos com pesquisas de mercado;
- d) a empresa comercial exportadora pode ter obtido grande experiência comercial internacional, que a empresa industrial ou produtora poderá se beneficiar;
- e) A empresa produtora poderá transferir à comercial exportadora a responsabilidade de expansão de seus negócios;
- f) A indústria através desse tipo de negociação poderá expandir as suas exportações a outros mercados nos quais não tem interesse ou condição de atuar.

Por outro lado existem algumas desvantagens em terceirizar os serviços de exportação (CASTRO, 2000):

- a) não tem acesso ao mercado alvo;
- b) restringe a atuação da empresa industrial no sentido de melhorar as suas margens de lucro e incrementar suas vendas no mercado internacional, pois essas decisões cabem à empresa mercantil integrante do canal de distribuição via exportação indireta;;
- c) dificuldades de acesso direto por parte das empresas produtoras ao mercado internacional, por não serem conhecidas e não possuírem tradição exportadora;
- d) a não-participação direta no mercado externo não permite às empresas industriais avaliar o mercado externo em detalhes, de certa forma impedindo a expansão de sua produção e de suas atividades internacionais;

- e) o não conhecimento do mercado externo quanto a sua potencialidade, características, preços praticados, hábitos culturais, podem representar a redução de receita e/ou impossibilidades de aumentar suas margens de lucro para a empresa industrial;
- f) Perda do ganho financeiro pelos financiamentos diretos que ela poderia ter direito, proporcionado pelos Adiantamentos sobre os Contratos de Câmbio - ACC e Adiantamentos sobre as Cambiais Entregues - ACE.

As empresas de pequeno porte são as que se utilizam mais desse tipo de serviços, pois a princípio não possuem estruturas suficientes para participarem do mercado internacional. Mas isso não quer dizer que empresas de grande porte não possam utilizar esse meio de canal de distribuição. Vai depender de cada empresa, da continuidade de suas exportações, se são exportações temporárias ou de longo prazo e de quantidade que exija tal procedimento.

Em resumo, a exportação assume grande relevância para a empresa, pois é o caminho mais eficaz para garantir o seu próprio futuro em um ambiente cada vez mais competitivo, que exige das empresas brasileiras plena capacitação para enfrentar a concorrência estrangeira, tanto no Brasil como no exterior.

2.8 Intermediação Financeira

Quando dois países resolvem comerciar entre si, é necessário que exista uma possibilidade de conversão de suas moedas. Quando o Brasil vende para o Paraguai, por exemplo, recebe-se o valor da mercadoria em dólar, que é a moeda universalmente aceita, através de um banco. O produto dessa operação é creditado ao exportador brasileiro em reais que é a moeda oficial nacional, através da conversão do dólar por real a uma taxa de câmbio no dia do fechamento de câmbio dessa operação por um banco brasileiro.

As empresas podem realizar exportações em reais para o Paraguai, o sistema do SISCOMEX possui a relação dos produtos a serem exportados em reais. As empresas Comerciais Exportadoras podem utilizar-se dessa possibilidade desde que se peça autorização ao DECEX – Rio de Janeiro. E o

sistema irá indicar automaticamente se o produto a ser exportado é em real ou em dólar dos Estados Unidos. Quando do fechamento do contrato de câmbio o Banco fará a conversão de reais para a moeda estrangeira considerando-se a taxa de câmbio do dia da operação.

A taxa de câmbio, segundo Cave *et al* (2001) “é definida como o preço da moeda estrangeira em termos da moeda doméstica”, ou ainda “[...] é a medida pela qual a moeda de um país qualquer pode ser convertida em moeda de outro país” (VASCONCELLOS e PINHO, 2004).

2.9 Termos Internacionais de Comércio - Incoterms³

A razão dos Incoterms é apresentar um conjunto de regras para que se possam interpretar os termos mais comuns usados no comércio internacional quando de uma negociação entre países.

Cada país é diferente e o que se pretende com os Incoterms é reduzir as incertezas nas negociações entre os países. Os Incoterms foram criados em 1936 pela Câmara de Comércio Internacional - CCI, órgão ligado à Organização das Nações Unidas que teve como objetivo a interpretação de termos comerciais mundiais e condução desse comércio através de regras uniformes que atendam a todos os países participantes, para evitar mal-entendidos, desavenças, processos que sempre acarretam perda de tempo e dinheiro para as partes (INCOTERMS, 2000).

Foram feitas diversas revisões, em 1953, 1967, 1976, 1980, em 1990, sendo que a última atualização foi em 2000, chamada de Incoterms 2000, tendo entrado em vigor em 01 de Janeiro de 2000 e através desta última atualização levou-se em conta a expansão das zonas de livre comércio, o aumento do uso de comunicação eletrônica em transações comerciais e mudanças nas práticas de transportes. Os Incoterms 2000 apresentam as 13 definições de modo mais

³ INCOTERMS – *International Commerce Terms* ou Termos Internacionais de Comércio, o qual tem o propósito de fornecer um conjunto de regras internacionais para a interpretação dos termos de comércio mais comumente usados no comércio exterior (INCOTERMS, 2000).

simples e totalmente revisadas com o intuito de atender às necessidades de negócios em qualquer lugar.

E são agrupados em quatro diferentes categorias importantes: a) Grupo E – De partida; b) Grupo F – Transporte principal não pago; c) Grupo C – Transporte principal pago; d) Grupo D – Grupo de chegada (INCOTERMS, 2000).

Segundo o livro Incoterms (2000), os Termos do Comércio Internacional são utilizados conforme acordos entre o comprador e vendedor, eles acordam em pagar as despesas como de transporte, seguro e frete a partir de um determinado ponto. Há casos em que o exportador aceita pagar todos os custos até a entrega da mercadoria no destino e há casos em que o importador arca com todos os custos, a partir da produção ou as despesas poderão ser divididas entre as partes.

O termo “E” é o termo no qual a obrigação do vendedor está no seu mínimo. É o Ex Works - EXW, ou seja, na origem. O vendedor coloca as mercadorias à disposição do comprador no local acordado, por exemplo, na plantação (*Ex-Plantation*), na mineração (Ex-Mine), na fábrica (*Ex Factory*), entre outros, normalmente, na propriedade do vendedor.

Os termos “F” há necessidade do vendedor entregar as mercadorias para o transportador conforme instruções do comprador, são os seguintes: Free Carrier - FCA; Free Alongside Ship - FAS e Free On Board - FOB.

Os termos “C”, ou seja, com transporte principal pago, compõem-se de quatro principais termos: Cost And Freight – CFR; Cost, Insurance And Freight – CIF; Carriage Paid To - CPT e Carriage And Paid To – CIP.

Os termos “D” o vendedor deve entregar as mercadorias para o comprador no país de importação e o vendedor arcar com todos os riscos e custos em levar as mercadorias a esse lugar. Os contratos sob esta modalidade favorecem mais o comprador. Os Incoterms deste grupo são: Delivered At Frontier - DAF; Delivered Ex-Ship – DES; Delivered Ex Quay – DEQ; Delivered Duty Unpaid – DDU e Delivered Duty Paid – DDP.

Assim como o EXW representa a menor responsabilidade do vendedor, o Incoterms DDP representa a obrigação máxima para o exportador. Utiliza-se este para abrir mercado, para atrair o cliente em outro país, depois de conquistado o

mercado poderá ser modificado. O DDP exige do exportador conhecimentos alfandegários, obrigando-o a colocar pessoal ou contratar empresa especializada para realizar as liberações da mercadoria em outro país, fazendo com que diminua o lucro da empresa, pois não se pode repassar os custos operacionais devido à concorrência acirrada internacional.

A maioria das exportações brasileiras é realizada utilizando o Incoterms FOB e as importações, o termo CIF. O termo FOB somente poderá ser usado no transporte marítimo ou hidroviário interior, no entanto, alguns comerciantes o utilizam de modo errado para indicar qualquer ponto de entrega da mercadoria (INCOTERMS (2000)).

2.10 Despacho Aduaneiro de Exportação

O Despacho Aduaneiro consiste nos procedimentos administrativos de uma exportação de mercadorias junto à Secretaria da Receita Federal, referente à liberação da mesma para o exterior, com países que não fazem fronteira com o Brasil e com países que fazem fronteira, tanto os que pertencem ao bloco MERCOSUL, ou não. O procedimento administrativo do despacho aduaneiro tem como objetivo apresentar à Secretaria da Receita Federal os documentos de exportação, a qual verificará a exatidão dos mesmos, com base na legislação vigente, no intuito de realizar o despacho aduaneiro (WERNECK, 2007).

O Sistema Integrado de Comércio Exterior - SISCOMEX tem por função registrar, acompanhar e controlar as operações de comércio exterior do Brasil, através de fluxo único e computadorizado de informações, pela empresa já habilitada a exportar e analisadas em tempo real pelos órgãos gestores, ou seja, a Secretaria da Receita Federal - SRF, a Secretaria de Comércio Exterior – SECEX e o Banco Central do Brasil – BACEN (SRF, 2007).

As empresas podem processar as operações de exportação e importação diretamente do seu estabelecimento, mediante senha fornecida pela SRF desde que tenham equipamentos e condições de acesso, ou ainda através de

despachantes aduaneiros que estejam credenciados no Siscomex, ou através da rede de computadores da própria SRF, nas salas dos contribuintes (SRF, 2007).

Para realizar o despacho aduaneiro faz-se necessário apresentar a nota fiscal, conhecimento de embarque, que pode ser aéreo (*Airwaybill - AWB*), marítimo (*Bill of Lading - B/L*) e rodoviário Conhecimento de Transporte Internacional por rodovia - CRT, para cargas fracionadas. O Manifesto Internacional de Carga – MIC e a Declaração de Trânsito Aduaneiro – DTA, que é um formulário único, o qual tem a combinação de manifesto de carga com o trânsito aduaneiro, é utilizado para cargas completas em um caminhão.

O despacho aduaneiro é processado com base nos documentos apresentados pelo exportador em relação à mercadoria exportada e a SRF realiza os controles administrativos e controle cambial da operação.

Segundo a Instrução Normativa da SRF, Art. 16,

O despacho de exportação será instruído com os seguintes documentos:

I primeira via da Nota Fiscal

II via original do Conhecimento e do Manifesto Internacional de Carga, nas exportações por via terrestre, fluvial ou lacustre;

Outros, indicados na Legislação específica.

§ 1º No caso de exportação para país membro Mercado Comum do Sul – MERCOSUL, o Manifesto Internacional de Carga a que se refere o inciso II será substituído:

I pelo Manifesto Internacional de Carga Rodoviária/Declaração de Trânsito Aduaneiro – MIC/DTA, quando se tratar de transporte rodoviário;

O Registro da Exportação - RE se faz acessando o SISCOMEX – Introdução de Registro de Exportação – constando os seguintes dados: Exportador, CGC, Unidade da RF do Despacho e do Embarque, nome do importador, endereço, país, moeda estrangeira, modalidade da operação, código da mercadoria, Nomenclatura Comum do MERCOSUL - NCM, ou da Nomenclatura da Associação Latino Americana de Integração/Sistema Harmonizado - NALADI/SH - descrição da mercadoria, condição de venda, entre outras. São nove telas para se processar o registro da exportação, sendo necessário pessoal especializado em comércio exterior e práticas cambiais para

inserir os dados nas diversas telas do SISCOMEX. O sistema irá gerar o número do Registro da Exportação - RE (SRF, 2007).

Estando a mercadoria registrada faz-se a recepção da mesma na SRF. Segundo Werneck (2007), “o embarque ou a transposição da fronteira da mercadoria destinada à exportação somente poderá ocorrer após o seu desembaraço e será realizado sob vigilância alfandegária”.

O Auditor da SRF faz a conferência dos documentos e ou mercadorias, cujo procedimento chama-se parametrização, composto dos seguintes canais de parametrização:

Canal Verde – para o desembaraço automático da mercadoria

Canal Laranja – quando da conferência documental

Canal Vermelho – para a conferência documental e física da mercadoria

Após a verificação da mercadoria sem exigência fiscal ou de outra natureza, dar-se-á o desembaraço aduaneiro e a autorização para o seu trânsito, embarque ou transposição de fronteira, sob vigilância aduaneira. (IN-SRF 28, de 27.04.94).

2.11 Condições de Pagamento Internacional e Câmbio

No comércio internacional existem quatro tipos de modalidades de pagamentos no comércio internacional:

1. Pagamento Antecipado
2. Remessa sem Saque
3. Cobrança
4. Crédito Documentário ou Carta de Crédito

O pagamento antecipado é a modalidade que favorece muito o exportador, pois este recebe antecipadamente o valor em moeda estrangeira relativo à exportação a ser efetivada. Nesta modalidade coloca o importador na dependência exclusiva do exportador. Normalmente esse tipo de modalidade não

é muito utilizado no comércio internacional devido à falta de garantia que o importador tem neste tipo de negociação. Enquanto não receber a mercadoria o importador fica refém do exportador. É uma negociação de extrema confiança entre o importador e o exportador. Mas para a garantia das partes é firmado um contrato entre eles, que tem por objetivo garantir ações penais necessárias, caso o vendedor (exportador) não cumprir com o compromisso de exportar produto ao seu destino final.

A outra modalidade é a remessa sem saque que agora favorece o importador deixando refém o exportador, ou seja, o importador recebe diretamente os documentos da negociação do exportador, promovendo o desembaraço aduaneiro da mercadoria na alfândega, no país de destino da mercadoria e somente após esse procedimento, é que irá providenciar a remessa da quantia em moeda estrangeira para o exportador. Observa-se que neste caso os documentos originais não passaram por uma instituição financeira tanto no país de origem como no país de destino da mercadoria, mas para efeito de liquidação da operação, o exportador entregará ao banco somente cópias dos documentos da exportação para efeito de baixa do contrato de câmbio, fechado na instituição financeira.

O outro tipo de modalidade de pagamento é a cobrança documentária. Neste caso os documentos são entregues pelo exportador ao banco acompanhado de um documento chamado “saque” ou “draft” o qual poderá ser negociado à vista ou a prazo no exterior. A função do saque é que este poderá servir de instrumento de protesto caso o importador não venha a cumprir o pagamento da negociação. As empresas para evitar qualquer contratempo de não-pagamento de suas cambiais no exterior devem tomar alguns cuidados na hora da negociação, ou seja, negociar as cambiais com empresas estrangeiras que tenham tradição no comércio internacional, negociar com países de tradição de bons pagadores, para isso se faz necessário solicitar ao banco a consulta de cadastro das empresas que irão manter negócios internacionais. As cobranças internacionais são reguladas pelas *Uniform Rules for Collections* – URC (Regras Uniformes para Cobranças) elaboradas pela Câmara de Comércio Internacional - CCI, cuja sede é em Paris, França. A que está em vigor é a URC 522 da CCI, de 01/01/96 (DEL CARPIO, 2001).

Segundo Del Carpio (2001), as partes intervenientes da cobrança são:

- a) Cedente (principal) – parte que confia o processamento da cobrança a uma instituição financeira;
- b) Banco remetente (*Remitting Bank*) – banco ao qual o cedente confiou o processamento da cobrança;
- c) Banco cobrador (*Collecting Bank*) – qualquer banco – outro que não o remetente – que está envolvido no processamento da cobrança;
- d) Banco apresentador (*Presenting Bank*) – banco cobrador o qual faz a apresentação ao sacado;
- e) Sacado (*Drawee*) – aquele a quem a apresentação deve ser feita, de acordo com a instrução de cobrança.

Pode ocorrer que o exportador envie os documentos originais diretamente ao importador, enviando em cobrança apenas o saque, com vencimento à vista. Esta modalidade de cobrança é conhecida de *saque limpo* ou *cobrança limpa*, ou como é conhecida internacionalmente *clean draft* ou *clean collection*. Utiliza-se este procedimento quando a mercadoria for perecível. A cobrança poderá ser negociada à vista - *Sight Draft* - Saque à Vista ou *Cash Against Documents* - pagamento contra documentos ou a prazo - *Time Draft* - saque a prazo (DEL CARPIO, 2001).

Nas cobranças a prazo, os documentos da negociação são acompanhados de um saque com vencimento futuro (saque a prazo), cujos documentos poderão ser entregues ao importador mediante aceite do saque, quem financia a negociação, portanto é o exportador. Há de salientar que existem dois tipos de vencimentos do saque: o primeiro poderá ser “a tantos dias de vista”, cujo vencimento será de tantos dias a partir da assinatura do saque. Se for “a tantos dias da data”, considera-se a contagem a partir da data que está no saque e não do dia da assinatura pelo importador (RATTI, 2001).

O Artigo 13 da URC 522, citado por Del Carpio (2001) diz que não há nenhum compromisso ou responsabilidade para o *Remitting Bank* ou para o *Collecting Bank* a respeito dos documentos que tramitam e, conforme o Artigo 12, os bancos referidos não têm ainda nenhuma obrigação de examinar os documentos nesta modalidade, mas somente de realizar a cobrança. A obrigação

do banco é conferir se os documentos que estão chegando às suas mãos são exatamente aqueles que foram listados na carta-remessa enviada pelo *Remitting Bank* e se o número de originais e cópias de cada documento corresponde à listagem feita pelo banco remetente.

No caso de não-pagamento dos documentos da exportação no exterior o banco remetente dos documentos instruirá o banco cobrador a protestar o saque (*Draft*). Persistindo a inadimplência, pelo não-pagamento em cartório, o banco cobrador devolverá o *Draft* não quitado ao banco remetente, o qual notificará o exportador e o contrato de câmbio fechado anteriormente para cobrir esta negociação deverá ser transferido para posição especial, em conformidade com as instruções do BACEN. O exportador deverá tomar todas as medidas necessárias para tentar receber a dívida e poderá ainda procurar outro comprador de sua mercadoria, porém, neste caso, deverá oferecer vantagens ao novo comprador no exterior, oferecendo inclusive descontos razoáveis para reaver as divisas pelo total ou parcial.

Para evitar inadimplências em casos de cobranças a prazo, o exportador brasileiro deverá efetuar o Seguro de Crédito à Exportação - SCE, o qual é gerenciado pela Sociedade Brasileira de Crédito à Exportação a qual cobre até 80% do valor da fatura, sendo os 20% relativo à franquia (DEL CARPIO, 2001).

Os documentos básicos em uma negociação de cobrança são:

- a) Fatura Comercial - *Commercial Invoice*;
- b) Conhecimento de embarque Marítimo - *Bill of Lading* - B/L; ou Conhecimento de Embarque Aéreo - *Air Way Bill* - AWB; conhecimento de transporte rodoviário ou ferroviário;
- c) Certificado de Origem - *Certificate of Origin* – emitido pela Federação das Indústrias ou entidade similar como as Associações Comerciais nas cidades onde não têm Federação;
- d) Certificado de Origem Form A - *Certificate of Origin Form A* - emitido pelo Banco do Brasil;
- e) Lista de Embalagem - *Packing List*;
- f) Certificados Especiais exigidos pelo importador;

g) Certificado/Apólice de Seguro Internacional no caso de CIF.

A última modalidade conhecida por “carta de crédito” ou ‘crédito documentário’ é a modalidade mais difundida nas operações de comércio internacional, a qual traz garantias tanto para o exportador como para o importador desde que todos os termos e condições da carta de crédito estejam sendo cumpridos na negociação.

O importador solicita ao seu banco a emissão de um documento, no qual se compromete a pagar a um terceiro (o beneficiário do crédito) ou a sua ordem, ou também deve pagar ou aceitar saques emitidos pelo beneficiário, contra entrega de documentos estipulados, desde que todos os termos e condições do crédito sejam cumpridos. Além do que pode ser autorizado um terceiro banco de primeira linha para efetuar o pagamento ou o reembolso ao beneficiário referente à negociação (RATTI, 2001).

Tal como a modalidade de cobrança, nesta também existem as partes intervenientes que são descritas a seguir, e cada parte tem a sua função em uma negociação.

- a) Banco Instituidor (*Issuing Bank*) – o que age a pedido do importador no processo de abertura do crédito, é o responsável pela operação ;
- b) Banco avisador (*Advising Bank*) - banco da praça do exportador;
- c) Tomador do Crédito (*Applicant*) – Importador;
- d) Beneficiário (*Beneficiary*) – exportador;
- e) Banco negociador (*Negotiating Bank*) – banqueiro que paga ao exportador;
- f) Banco confirmador (*Confirming Bank*) – banqueiro que assume o compromisso de pagar ao beneficiário, em qualquer circunstância (DEL CARPIO, 2003).

As partes intervenientes em uma negociação com carta de crédito são de padrão internacional, ou seja, qualquer negociação em qualquer parte do mundo seguirá o padrão conforme estabelecido nas Regras Uniformes e Práticas para Crédito Documentário - UCP 600 (*Uniform Customs and Practice for Documentary Credit* - UCP 600, da Câmara de Comércio Internacional - CCI (*International*

Chamber of Commerce – ICC), revisão de 01 de julho de 2007 (DEL CARPIO, 2003; UCP 600; LUNARDI, 2008).

A regulamentação através da CCI tem por objetivo fundamentar a aplicação e o funcionamento da UCP 600 no mundo empresarial, no sentido de facilitar às companhias de diferentes países negociarem entre si. Essa aceitação universal de empresas de sistemas jurídicos diferentes faz com que elas adaptem seus costumes comerciais locais às normas internacionais no que se refere aos pagamentos via carta de crédito.

Segundo Mello (1990) e Del Carpio (2003), a carta de crédito tem um padrão de informações básicas que qualquer banco emitente adota quando elabora o seu texto e normalmente é escrita em inglês:

1. Data da emissão (*Issue Date*)
2. O exportador – importador acertam as condições do negócio: preço, embalagem, data do embarque, quantidade, estabelecendo o tipo de modalidade: Crédito Documentário e firmam documento através da Fatura Pro Form (*Pro Form Invoice*);
3. Abertura do crédito pelo banco do importador (*Issuing Bank*) estabelecendo os prazos, os documentos exigidos;
4. O banqueiro no exterior (*Issuing Bank*) expede a carta de crédito a um correspondente no Brasil (*Advising Bank*);
5. O banco da praça do exportador (*Advising Bank*) entrega a carta de crédito (*Letter of Credit*) ao exportador-vendedor, após o pagamento de uma taxa de expediente;
6. O beneficiário de posse da carta de crédito, após leitura atenta, achando-a de acordo, começa o procedimento de preparo da mercadoria. O exportador poderá nesse momento fechar o contrato de câmbio ou não;
7. Após o preparo da mercadoria, o exportador entrega ao banco os documentos de exportação: saque à vista ou a prazo, fatura comercial, conhecimentos de embarque, apólice de seguro, certificados de peso,

certificados fitossanitário, certificado de origem e outros, quando for o caso;

8. O banco envia a documentação ao banqueiro instituidor do crédito e solicita o pagamento. Se houver um terceiro banco, o banco reembolsador, o banco brasileiro solicitará o pagamento diretamente nos mercados financeiros em Nova York, conforme determinado no Crédito (MELLO, 1990).

Com relação ao item 7 citado, o banco ao receber os documentos fará uma conferência minuciosa destes com base no crédito documentário em seu poder. Se todos os termos e condições forem cumpridos, o banco processará a negociação, sem discrepância. Caso tenha alguma divergência com o crédito aberto, solicitará autorização ao banco abridor do crédito a liberação das referidas discrepâncias. Normalmente os documentos que apresentem discrepâncias com relação ao crédito são enviados em cobrança ao exterior e obedecerão às regras de negociação de “cobrança documentária” e estarão sujeitos ao pagamento ou não. A carta de crédito poderá mencionar o valor em moeda estrangeira a ser cobrado do exportador caso haja discrepâncias na negociação. Por isso há necessidade do exportador ter um departamento de exportação com pessoas especializadas nesse setor.

Ao se confeccionar os documentos de exportação podem ser verificadas algumas irregularidades. Conforme estudos de Ratti (2001), os erros mais comuns encontrados em documentos de negociação de exportação ao amparo de carta de crédito são apontados:

- a) nas faturas comerciais: a descrição da mercadoria poderá não estar de acordo com o crédito, vias insuficientes, a importância difere da do saque, omissão do preço básico no que diz respeito ao Incoterms diferente do que está estabelecido no crédito, o valor da negociação excede ao valor do crédito;
- b) quanto ao seguro: o seguro não cobre todos os riscos especificados na carta de crédito, a data do início do seguro é posterior à data do conhecimento, não se acha assinado ou endossado, não cobre os transbordos, entre outros;

c) quanto ao conhecimento de embarque: apresentação de jogo incompleto de conhecimento de embarque⁴.

As compras e vendas internacionais são realizadas através de um contrato de câmbio no qual existem as figuras do comprador e vendedor da moeda estrangeira que é trocada pela moeda nacional, considerando a taxa do dia da moeda estrangeira no Mercado Cambial.

A centralização das operações é efetuada pela rede bancária, pelos bancos autorizados e esta regulada pela Resolução nr. 1.797, de 27/02/91, do BACEN. Todas as operações realizadas fora do Mercado Cambial são consideradas ilegais e ocorrem no mercado paralelo (RATTI, 2001).

A estrutura do Mercado Cambial brasileiro pode ser representada conforme Figura 1.

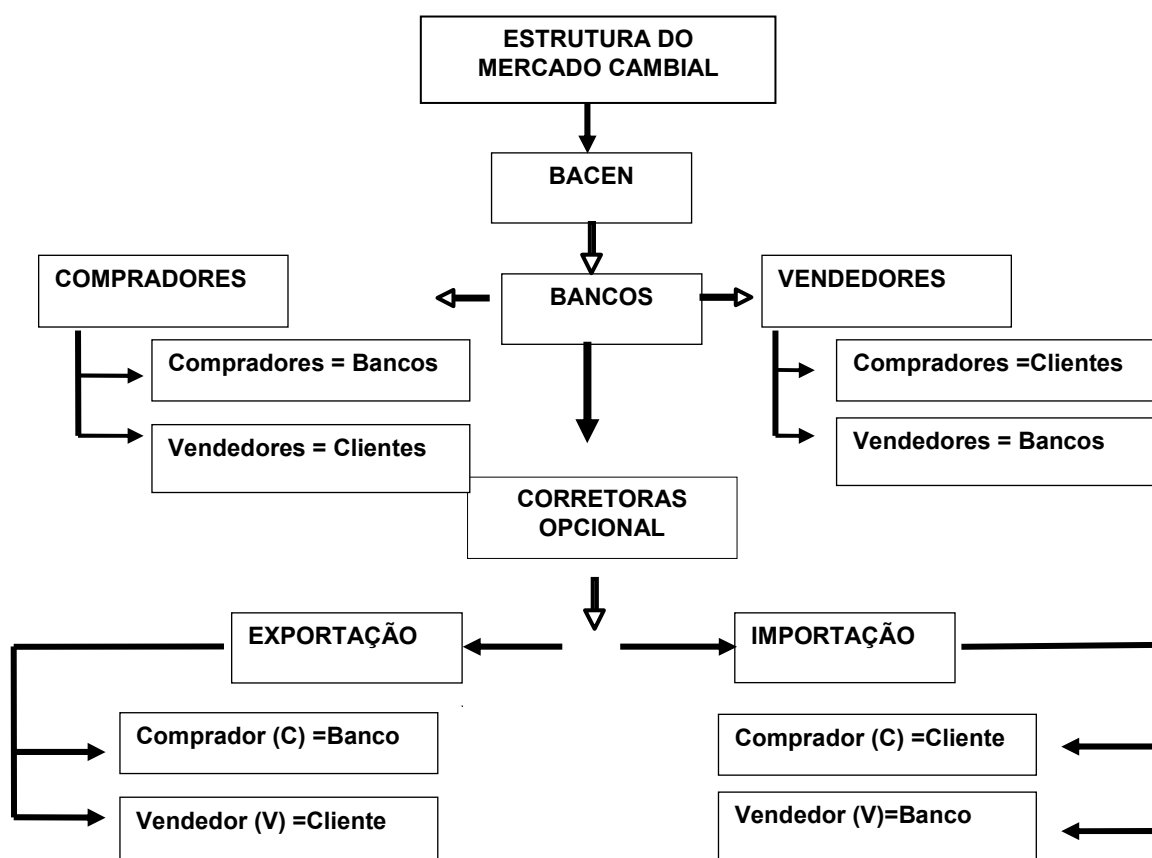


Figura 1 – Estrutura Simplificada do Mercado Cambial Brasileiro

⁴ Nas principais modalidades: a) Conhecimento Marítimo: 3 originais e cópias; b) Conhecimento Rodoviário: um original, mais cópias; c) Conhecimento Aéreo: um original, mais cópias. (autor).

Conforme a Figura 1, o controle das operações cambiais é realizado pelo BACEN. As operações no Mercado Cambial são realizadas pelos bancos comerciais autorizados a operar em câmbio, os quais intermedeiam as operações de câmbio entre seus clientes, tanto de exportações, de importações, operações financeiras de compra ou de venda, operações entre os próprios bancos, denominadas de interbancários, operações de nivelamento de moedas estrangeiras, alterações de contratos.

Nas operações de exportações e de importações, as empresas podem optar ou não pela utilização de corretoras de câmbio, as quais têm a função de auxiliar as empresas exportadoras e importadoras na busca de melhores opções de taxas de câmbio ou financiamentos no mercado cambial

Em uma operação de exportação, o comprador da moeda estrangeira é o banco e o vendedor é o cliente, o exportador, formalizado através de um Contrato de Câmbio de Exportação, Tipo 01⁵. Cada operação tem o contrato respectivo à operação cambial.

2.12 Liquidação de Operação Cambial

Os documentos podem ser entregues ao banco ou sob a forma de pagamento antecipado, cobrança ou carta de crédito. Esta é a última etapa do processo de internacionalização. O banco ao receber os documentos de exportação confeccionados pela empresa, ou por empresa terceirizada, procede à conferência da documentação.

Nos pagamentos antecipados o banco faz a conferência dos documentos e os remete ao banco que enviou a remessa antecipada da moeda estrangeira para a comprovação e baixa da operação no exterior simplesmente.

⁵ Há diversos tipos de contratos de câmbio, para cada tipo de operação é um modelo. Nos contratos de Exportação é o Tipo 01; nos contratos de Importação, Tipo 02; nos contratos Financeiros de Compra, Tipo 03; nos contratos Financeiros de Venda, Tipo 04; nos Interbancários de Compra e Venda, Tipo 05 e Tipo 06, respectivamente; nas Alterações de Compra e Venda, Tipo 07 e Tipo 08, respectivamente; entre outros (BACEN, 2008 - Consolidação das Normas Cambiais - CNC).

Nas operações de cobrança o procedimento é o mesmo, o banco faz a conferência dos documentos, sendo que a diferença é que o banco brasileiro solicita ao banco no exterior a cobrança da exportação ao importador após o embarque da mercadoria e envia ordem de pagamento.

E por último, nas operações de carta de crédito, o banco procede a conferência dos documentos com base na carta de crédito em seu poder, e se todos os termos e condições da carta de crédito estiverem sido cumpridos, o banco é reembolsado pela negociação e liquida a operação de câmbio finalizando o processo de internacionalização de mercadoria.

2.13 Importância da Semente

O homem através dos tempos percebeu a possibilidade da multiplicação das plantas através das sementes. Devido a isso alterou o seu modo nômade que era condicionado à procura de caça, para um tipo de fixação ocasionado principalmente pelo cultivo de seus alimentos, formando-se dessa forma as primeiras comunidades, destacando-se então a importância da relação semente-planta-sementes no desenvolvimento da agricultura e da história das civilizações (WALTER, 2007).

Segundo Walter (2007), as sementes representam um meio de sobrevivência das espécies vegetais, visto que resistem a condições adversas que seriam fatais a essas espécies e, mesmo após a extinção das plantas que lhes deram origem, elas podem se desenvolver e originar novas plantas. Elas são o principal veículo de reprodução através do tempo e no espaço, e a forma de distribuir os melhoramentos genéticos às sucessivas gerações. Além disso, também apresentam importância econômica como alimento (correspondem a 60-70% dos alimentos consumidos mundialmente) e são transformadas pela agroindústria em uma variedade de produtos.

O movimento agrícola através da história das civilizações esteve amparado na conservação de parte da produção colhida para dar origem a novos cultivos. Criou-se o hábito milenar de se conservar sementes de um ano para outro, como

o principal fator de sobrevivência. Esse hábito atravessou gerações e permanece até os dias atuais, tendo se transformado, no entanto, em método científico e tecnológico, aprimorado de forma acelerada nos últimos 150 anos. A era moderna da agricultura, através da ciência da genética fez com que se criassem e se fizessem seleções de plantas cada vez mais eficientes, para a necessidade de sustentar o crescimento geométrico da população. Os avanços científicos fizeram com que a agricultura se transformasse em uma atividade comercial entre os países segundo suas características e aptidões, no intuito de promover a distribuição dos alimentos de forma global (CARRARO, 2004).

Os milhos atuais produzem cerca de cinquenta vezes mais do que os milhos primitivos. Na verdade, em muitos casos, um único grão de certas variedades atuais do milho contém maior quantidade de alimento do que todos os grãos de uma espiga primitiva. O aumento da produtividade foi conseguido por etapas, partindo dos métodos empíricos usados pelos índios, até chegar aos dias atuais, em que se empregam técnicas de genéticas bastante avançadas. Através das técnicas modernas de melhoramento genético, o homem acabou obtendo os milhos híbridos, os quais contribuíram para um espetacular aumento de produtividade (REVISTA RURAL, 2005).

2.14 Brasil e o setor de sementes

A agricultura brasileira iniciou o processo de mecanização de suas lavouras na década de 70 e vem se firmando como um dos maiores mercados de sementes entre os países tipicamente agrícolas do mundo.

Nessa década foram utilizadas novas técnicas, baseadas no plantio direto e plenamente adotados no início da década de 90, sem revolvimento do solo, e na adoção de sistemas de rotação e sucessão cultural adequados (MUNDSTOCK E SILVA, 2008).

No contexto mundial, o Brasil é o quarto maior mercado doméstico de sementes, perdendo somente para a França, China e para os Estados Unidos. Em termos de valor, os principais mercados no país são os do milho, com 1,9

bilhões de reais, e o de soja, com 800 milhões de reais, seguidos de outras culturas como o arroz, feijão e algodão. Em termos de volume destaca-se a soja, a qual ocupa a primeira posição, atingindo 45% de área cultivada, seguida pela do milho, com 29%. No entanto, a taxa de uso de semente legal provoca uma significativa redução do mercado potencial da soja e de outras espécies autógamas, o que já não acontece com o milho, que tem uma taxa de uso de semente legal superior a 90% e utiliza sementes híbridas em 98% desta área. Ao mesmo tempo em que surgiram empresas de pesquisa públicas e privadas, programas governamentais foram implementados para treinamento técnico e financiamento de estruturas, além da implementação de leis e normas que deram diretrizes para o surgimento e a consolidação deste sistema. Na década de 90, houve mudanças importantes no marco legal relacionado à agricultura, como a adaptação da lei de patentes industriais (1996), a criação das leis de biossegurança (1995) e de proteção de cultivares (1997) e também uma nova legislação para a produção e o comércio de sementes (2003). A partir daí, o novo marco legal teve grande influência sobre o mercado de sementes nos últimos dez anos, no Brasil (CARRARO, 2004).

Com o marco legal, houve a necessidade de maior profissionalização por parte das empresas do setor de sementes, as pequenas empresas deram lugar às grandes empresas, as quais tinham domínio sobre suas criações, e também os eventos transgênicos patenteados por empresas globais, num primeiro momento. As grandes empresas de agroquímicas globais migraram para a biotecnologia, cujo principal veículo é a semente. Assim, iniciou-se um forte movimento de fusões, associações e compras de empresas, mudando em poucos anos o perfil do negócio de sementes no Brasil. O nível de concorrência entre empresas de sementes se deslocou para patamares muito mais competitivos, alijando do processo empresas menores, que antes encontravam seus espaços com maior facilidade (CARRARO, 2004).

Martinelli (2004), citado por Fuck (2005) aponta que quatro empresas multinacionais, Monsanto, Syngenta, Du Pont e Dow dominam o mercado nacional de sementes de milho com um percentual em torno de 90%. Segundo o mesmo autor é um mercado oligopolizado, formador de preços, com competitividade diferenciada, sendo a qualidade mais importante que seu custo a

qual determina o constante lançamento de novos produtos atrelados à tecnologia de híbridos.

Walter (2007) diz que o Brasil vem utilizando sementes de qualidade, com capacidade de produção, pureza genética, alta qualidade fisiológica e boa sanidade, cujos parâmetros contribuem para que altos níveis de produtividade sejam alcançados.

Segundo a Associação Brasileira de Sementes - ABRASEM, citado por Carraro (2004), nos últimos anos, o Brasil, país considerado essencialmente agrícola, definiu-se pelo aumento da produção e da produtividade agrícola, para elevar a produção de grãos a um patamar superior a 100 milhões de toneladas e entre os anos de 1990 e 2003, a produção de grãos cresceu 131%, embora o crescimento da área cultivada no País tenha sido de apenas 16,1%, graças ao aumento de 85,5% na produtividade, cujos resultados estão diretamente relacionados à utilização de sementes de qualidade, com capacidade de produção, pureza genética, alta qualidade fisiológica e boa sanidade, parâmetros esses que contribuem significativamente para que altos níveis de produtividade sejam alcançados.

Mundstock e Silva (2008) enfatizam que houve uma evolução dos rendimentos médios de grãos de milho no Brasil, especialmente desde a metade do século passado, sendo que os fatores que elevaram a produtividade foram: uso de cultivares com maior potencial de rendimento, maior uso de fertilizantes e defensivos, máquinas agrícolas mais eficientes e adoção do sistema de "plantio direto na palha, com rotação e sucessão de culturas", graças a um eficiente sistema de pesquisa realizada por diversas instituições públicas e empresas privadas.

Na Tabela 1 pode-se observar a evolução da participação da agricultura brasileira em relação ao PIB do Agronegócio, a agropecuária atingiu o ponto máximo em 2003, com um montante de R\$ 160.086 milhões. Em 2007 atingiu a cifra de R\$ 157.255 milhões, que corresponde ao percentual de 6,25% do PIB nacional, apesar das turbulências recessivas e inflacionárias, principalmente a valorização do real na ordem de 14%, a qual foi compensada pelos atrativos dos preços do mercado internacional (26,7%). O setor praticamente manteve o

mesmo volume com pequeno aumento (1,6%), segundo dados obtidos (CEPEA/ESALQ/USP, 2008).

A agricultura teve um crescimento significativo no período de 2002-2004. Após 2004 apresentou queda se recuperando em 2007, com R\$ 88.822 milhões, percentual de 3,47%, enquanto que a pecuária com R\$ 68.433 milhões, percentual de 2,67% do cômputo geral, com aumento nesse ano nos dois setores tanto na agricultura como na pecuária.

TABELA 1 - Valores e percentuais do PIB do Agronegócio Brasileiro, 2002 a 2007, em R\$ milhões de 2007

Agronegócio	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Agropecuária –	143.158	160.086	158.703	143.229	140.177	157.255
Percentual do PIB do Agronegócio no PIB do Brasil	(6,37%)	(7,60%)	(7,22%)	(6,24%)	(5,72%)	(6,15%)
Agricultura	82.357	95.498	93.840	79.332	79.122	88.822
Percentual do PIB da Agricultura no PIB do Brasil	(3,66%)	(7,60%)	(7,22%)	(3,46%)	(3,23%)	(3,47%)
Pecuária	60.802	64.588	64.863	63.897	61.055	68.433
Percentual do PIB da Pecuária no PIB do Brasil	(2,70%)	(3,07%)	(2,95%)	(2,78%)	(2,49%)	(2,67%)

Fonte: CEPEA/ESALQ/USP (2008)

Mato Grosso do Sul se caracteriza como um estado produtor de produtos primários, com alto poder competitivo, tanto nos mercados nacionais como internacionais. O agronegócio para o Estado, para a região sul-mato-grossense, é muito importante, a esse deve, em grande parte, o crescimento econômico devido às exportações de produtos manufaturados e semi-manufaturados. Fazendo uma comparação: em 1998 o volume exportado em moeda estrangeira foi de US\$ 175,3 mil (FOB) enquanto que em 2007 atingiu a soma de US\$ 1.297.176 mil (FOB), com um aumento de 639,60% (MDIC, SECEX, 2008).

Os valores gerais totais exportados pelo estado de Mato Grosso do Sul nos anos de 2006 foram de US\$ 1.004.339 e em 2007, de US\$ 1.297.177, com uma variação percentual de 29,16%, em relação ao ano anterior.

As exportações foram direcionadas para diversos países, sendo que os cinco maiores compradores dos produtos sul-mato-grossenses foram a China (US\$ 241.377.539), Países Baixos (US\$ 115.710.129), Espanha (US\$ 87.530.492), França (US\$ 77.197.443) e Argentina (US\$ 75.019.040). Observa-se que para o Paraguai foi exportado a quantia de US\$ 12.857.234, que corresponde a 0,99% das exportações do estado, ocupando a 22ª. colocação no ranking de destinos das exportações.

Os três principais Blocos Econômicos para os quais são direcionados os produtos sul-mato-grossense em 2007 foram: União Européia (UE), com 36,41%; Ásia (ASEAM), com 31,26%; e Oriente Médio, com 13,85% das exportações. Os três blocos juntos corresponderam a 81,52% das exportações de Mato Grosso do Sul. O Bloco do MERCOSUL participou somente com 7,12% do total das exportações e para ALADI 2,74%, em 2007.

A semente de milho ocupa a 71ª. classificação por volume exportados, indicando ainda um montante pequeno, considerando-se a pauta geral dos produtos exportados, conforme dados do MDIC/SECEX, 2008.

O milho é um dos cereais importantes para o estado, contribuindo com aproximadamente 12% da pauta das exportações, considerando-se o milho em grão, milho para semeadura e farinha de milho, e outras (MDIC/SECEX (2008)).

2.15 Paraguai – Aspectos Gerais e Legislação de Sementes

O Paraguai, país mediterrâneo com 406,7 mil km², possui uma população de 6.500.000 habitantes, segundo Censo de 2002, e se encontra no coração da América do Sul, fazendo divisa com a Argentina (Sul, Este e Oeste), com o Brasil (Norte e Este), com a Bolívia (Norte e Oeste). O país se encontra entre os paralelos 9 graus e 62 graus 38". Divide-se em duas regiões naturais: a Oriental, limitadas pelos rios Paraguai, Apa e Paraná; e pela região Ocidental, o Chaco, limitadas pelos Rios Paraguai e Pilcomaio. Possui uma economia predominantemente agrícola e um forte setor comercial e também uma economia de mercado informal. Exporta soja, algodão, grãos, gado, madeira e açúcar. No

período entre 2002 e 2006, o PIB paraguaio registrou um crescimento médio de 3% ao ano, variando de US\$ 5,09 bilhões, em 2002, para US\$ 9,82 bilhões, em 2006. O processo de importação do Paraguai apresenta-se simplificado, não existindo contingenciamento e sendo a exigência de autorização prévia limitada a poucos produtos. Contudo, a importação de algumas mercadorias está sujeita à obtenção de licença especial no Ministério da Fazenda ou outras instituições públicas como a Secretaria do Ambiente - SEAM ou o Serviço Nacional de Qualidade Vegetal e de Sementes - SENAVE (MINISTÉRIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA - MAG, SENAVE, 1994).

E, segundo Acosta (2004), o principal cultivo em termos de superfície é a soja, e em segundo plano o cultivo do milho ocupando uma área de 388.500 hectares.

A importação de sementes está vinculada à “Legislación Nacional – Paraguay, Ley No. 385, de Semillas Y Protección de Cultivares”. A seguir alguns artigos dessa Lei, em especial os artigos 1º, 5º e 40º, como forma de demonstrar o amparo legal aos produtores de sementes de origem estrangeira. O artigo 1º da presente lei tem por objetivo [...] - assegurar aos agricultores e usuários em geral a identidade e qualidade da semente que adquirirem e protege o direito dos criadores de novos cultivares, em harmonia com os acordos intra-regionais firmados ou a firmar e com as normas internacionais em matéria de sementes. O artigo 5º dentre as funções da Direção de Sementes que é o organismo técnico encarregado do cumprimento da preservação da lei e sem prejuízo das atribuições que lhe são conferidas na Carta Orgânica do Ministério da Agricultura e de Gado, cabe à Direção de Sementes, conforme letra ‘m’ – “controlar a importação e exportação de sementes”. O Artigo 40 diz que poderão se inscrever no Registro Nacional de Cultivares Protegidos os cultivares de origem estrangeira com título de obtentor vigente no país de origem. A tais efeitos os obtentores estrangeiros gozarão de iguais direitos que os nacionais no que diz respeito ao reconhecimento e proteção do direito do obtentor, prévio cumprimento dos requisitos e formas contemplados no presente Capítulo (MAG, SENAVE, 1994).

Outra Lei de nº 2459 que cria o Serviço Nacional de Qualidade e Sanidade Vegetal e de Sementes - SENAVE, letra ‘k’, diz que a função desse órgão é [...] autorizar e fiscalizar as importações de produtos e subprodutos de origem

vegetal, *sementes*, pragas, fertilizantes, emendas e afins, para o qual a autoridade de aplicação deverá designar funcionários técnicos nos pontos de entrada habilitados para o efeito, que asseguram seu cumprimento (MAG - SENAIVE, 1994).

A demanda do milho se baseia na intensidade da situação da produção do mercado brasileiro, que é o primeiro comprador e de grande importância desse produto. Segundo Methol (2007), o Paraguai produz aproximadamente 1 milhão de toneladas de milho, tomando-se por base a produção dos últimos 5 anos, e exporta 500 mil toneladas por ano também, em termos médios.

A demanda por milho no Paraguai se deve principalmente à expansão da exploração avícola, de gado de corte e leite e de suínos, que nos últimos anos possibilitou um aumento do consumo entre 10 e 15% anual (*NATIONAL LAW CENTER FOR INTER-AMERICAN FREE TRADE, 2007*).

2.16 Mercado Mundial de Sementes

O mercado mundial de sementes está concentrado em poucas empresas. Segundo o ETC Group (2006), as 10 maiores empresas produtoras de sementes estão especificados conforme a Tabela 2, sendo que a Monsanto ocupa a liderança e, uma década atrás, esta empresa não aparecia na lista das maiores produtoras de sementes. A ETC Group relatou que o controle do mercado mundial pertencia a essas 10 empresas constantes dessa tabela na ordem de 49% do mercado mundial, enquanto que 10 anos atrás elas controlavam apenas 37% desse mercado, havendo então a concentração nas mãos de poucas.

Ainda no que se refere à concentração de mercado é maior naqueles protegidos por direitos de melhoria, vulgarmente chamadas de “patenteadas”, tendo atingido em 2006 a cifra de US\$ 19,6 bilhões, correspondendo a 64% do mercado mundial de sementes protegidas. A Monsanto, considerada a maior empresa de sementes do mundo, participava com 64% e as três maiores Monsanto, Dupont e Syngenta detinham 44% desse mercado. Com a inclusão da quarta maior empresa, Groupe Limagrain (France), o mercado de sementes

participou com 49% do mercado global de sementes em 2006 (ETC GROUP, 2006).

TABELA 2 - As 10 maiores empresas produtoras de sementes do mundo – 2006

Empresas	Vendas de sementes em US\$ milhão
1. Monsanto (US)	4.028
2. Dupont (US)	2.781
3. Syngenta (Switzerland)	1.743
4. Groupe Limagrain (France)	1.035
5. Land O' Lakes (US)	756
6. KWS AG (Germany)	615
7. Bayer Crop Science (Germany)	430
8. Delta & Pine Land (US) (<i>acquisition by Monsanto pending</i>)	418
9. Sakata (Japan)	401
10. DLF-Trifolium (Denmark)	352

Fonte: ETC Group (2006)

3 MATERIAL E MÉTODOS

O trabalho de estudo de caso foi realizado na Agropastoril Jotabasso Ltda, localizada na Zona Rural. Endereço: Centro de Produção: Estrada Usina São João – Km 25, CEP 79900-000 - Ponta Porã – MS com as seguintes coordenadas geográficas, latitude 22° 25' 48" ao Sul e longitude 55° 32'19" ao Oeste.

A metodologia utilizada nesta pesquisa foi o estudo de caso, de caráter descritivo/exploratório no sentido de demonstrar o desenvolvimento de uma exportação para um país pertencente ao Bloco MERCOSUL. Os conceitos de métodos são encontrados em Andrade, 2003, sendo que método é definido também em Hegenberg (1976), Trujilo (1976) ambos citados por Lokatos e Marconi, (1991). Os conceitos de estudo de caso encontram-se em Leite e Pinheiro (2005), Gil (2002).

A pesquisa descritiva/exploratória teve como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, estabelecimento de relações entre variáveis em Gil (2002), também em Selltiz *et al* (1967), Yin (2001) e Skate, (2000), todos citados por Gil (2002).

As etapas, formulação do problema, definição da unidade-caso, determinação do número de casos, coleta de dados, avaliação e análise dos dados e preparação do relatório encontram-se em Yin (2001) e Skate, (2000), ambos citados por Gil, (2002).

3.1 Coleta de Dados

Os dados desta pesquisa tiveram como fonte o levantamento bibliográfico, utilizando livros especializados sobre o assunto, site da internet e normativos da SRF sobre exportação de produtos para o exterior, entrevistas e aplicação de questionário ao Gerente Comercial da empresa Agropastoril Jotabasso e ao responsável pelo setor de exportação de sementes de milho da empresa além de observação direta do pesquisador. O questionário com perguntas bastante claras e objetivas, a maioria de perguntas fechadas foram também direcionadas a essas pessoas. Os conceitos sobre entrevistas, questionário encontram-se em Marconi (1996), citado por Andrade, (2003) e Sellitz *et al* (1967), por Gil (2002).

Durante o estudo de pesquisa foram feitas visitas à Jotabasso e foram observadas as instalações, a estrutura da empresa, e verificaram-se os procedimentos operacionais, principalmente quanto à parte burocrático-administrativas do processo da exportação.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A análise das entrevistas, do questionário aplicado ao Gerente Comercial e ao responsável pelo setor de Exportação da empresa e levantamento “in loco”, permitiu verificar que a Agropastoril Jotabasso produz sementes de milho, soja, feijão, aveia, mas é com a semente de milho que a mesma vem desenvolvendo as atividades de exportação desde 2002.

Os motivos que levaram a empresa a operar no mercado do Paraguai foram: a oportunidade de negócios e a concorrência acirrada no mercado local da fronteira, conforme dados obtidos em diversas empresas da fronteira e na empresa Jotabasso. As empresas que atuam com venda de sementes de milho híbrido na região são: Monsanto, Pioneer, Syngenta, Dow Agroscience, Santa Helena, Semeali, entre outras, fazendo com que a firma buscasse a abertura de novos mercados e, em específico, o mercado paraguaio devido ao fácil acesso ao país vizinho, com clima semelhante do local da produção que de certa forma foi o diferencial para os negócios que as outras empresas não tinham.

No preço do mercado externo não incide os diversos impostos como Imposto de Exportação - IE, IPI, ICMS, PIS E COFINS (GARCIA, 1997), cujas isenções são fundamentais para as empresas exportadoras.

Segundo Castro (2000), no entanto, a empresa não possui incentivo fiscal para os seguintes impostos: Contribuição Social sobre o Lucro - CSSL, Imposto de Renda - IR, Imposto sobre Serviços - ISS, Encargos Sociais como do Instituto Nacional de Seguro Social - INSS, Fundo de Garantia por tempo de Serviços - FGTS e outros encargos sociais, cujos impostos acabam onerando o produto vendido para o mercado externo.

No início das atividades a Jotabasso entrou com pedido junto à Secretaria da Receita Federal para obter o registro de exportadora e importadora, o REI, condição básica para efetuar vendas para outro país, tendo apresentado todos os documentos necessários requeridos pela SRF.

Em seguida, entrou em contato com o DECEX no Rio de Janeiro para solicitar autorização para utilizar o sistema da Embratel o qual interliga a empresa à SRF, com muita segurança, evitando assim qualquer fraude. Após esse procedimento ficou habilitada a realizar operações de exportações. Como ela opera diretamente da sua sede, solicitou autorização junto à SRF para processar suas próprias operações no SISCOMEX.

Estando apta a operar no comércio exterior buscou-se a forma de negociação, as partes estabeleceram a negociação ao amparo de Carta de Crédito, a qual dava maior segurança tanto para o exportador como para o importador. Mas tinha um empecilho: o custo da abertura da Carta de Crédito, o qual era muito alto para o importador, pois era calculado sobre o montante do valor da negociação. Passaram a operar nessa modalidade no período de 2002 a 2005. No intuito de diminuir os custos da carta de crédito e também pelo fato de que já havia uma seqüência de negócios com o mesmo importador, optou-se, em 2006, pela negociação com base em “cobrança”, a qual era mais viável economicamente.

No período de 2002 a 2005 optou-se pela exportação direta que teve como finalidade proporcionar maior contato com o importador, aumentar a margem de lucro, incrementar as vendas e conhecer melhor o mercado em que estava atuando.

Quando da transferência de todo o escritório da empresa em 2006 da cidade para a fazenda, distante 30 km do centro, as exportações foram realizadas na forma de cobrança indireta, através de uma comercial exportadora, a Data Despacho Aduaneiros e Transportes Rodoviários Ltda, em Ponta Porã, a qual está próxima a SRF. Apenas a parte burocrática de documentação foi terceirizada, os contatos com o importador continuaram na responsabilidade da Jotabasso. Em princípio, quando se transfere a responsabilidade para uma comercial exportadora a parte burocrática, também todos os contatos em outro país são transferidos, ficando a empresa somente com a obrigação de produção.

A comercial exportadora fica encarregada de procurar mercado, condições de preços.

A Figura 2 demonstra os três tipos básicos que atuam no comércio internacional: o fabricante, o interveniente e a *Trading Company*.

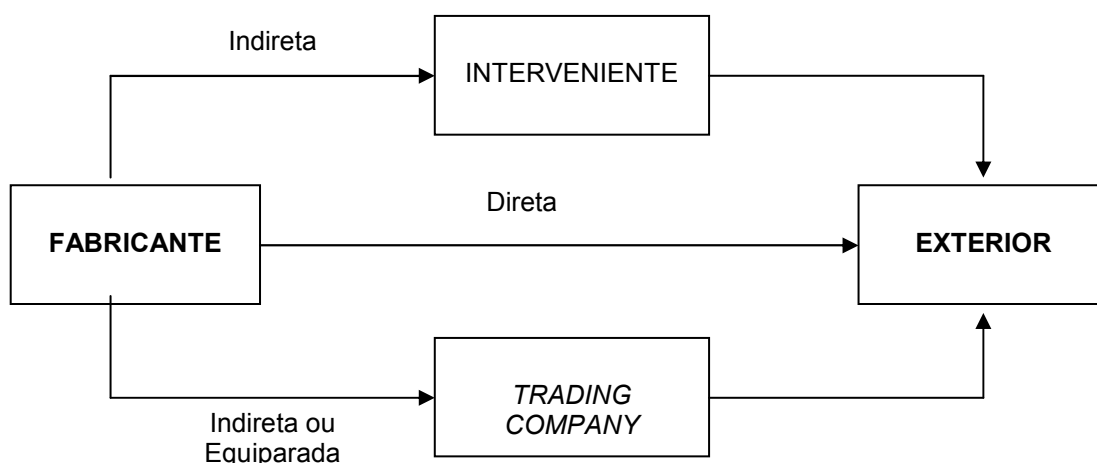


Figura 2 – Representação Gráfica de Exportação Direta e Indireta

Fonte: Garcia, 2006

Dias e Rodrigues (2004) dizem que “o processo de internacionalização envolve inúmeros riscos que necessitam ser ponderados para a busca das alternativas mais adequadas de colocar seus produtos em outro país” e que deve avaliar o ambiente de marketing internacional, os mercados como ingressar neles, além disso, elaborar um plano de marketing internacional e organizar a empresa para o mercado global. Kotler (2003), citado por Dias e Rodrigues (2005), complementa que uma empresa antes de se decidir ou não para a internacionalização de suas operações, deve compreender completamente o ambiente de marketing internacional e estar atenta também às características demográficas, geográficas, fatores econômicos, tecnológicos e socioculturais do país importador.

A pesquisa de mercado desempenha um papel fundamental para se obter êxito nos mercados perseguidos. É por meio dela que o exportador consegue detectar importadores para seu produto, características e particularidades dos mercados-alvo [...] (MURTA, 2005).

4.1 Exportações de milho, derivados e sementes (2006-2007)

As exportações de sementes de milho para semeadura de Mato Grosso do Sul, em 2007, para o Paraguai foi de US\$ 186.920,00 que corresponde a uma variação negativa de -27,63% em relação ao montante exportado em 2006, que foi de US\$ 258.297,00, ocupando a 71ª. colocação relativo aos produtos exportados da pauta de MS, mencionado na Tabela 3 (MDIC, SECEX , 2008).

TABELA 3 – Exportações de milho, derivados, sementes de MS (2006-2007)

Ordem	Produto	US\$ FOB (Jan-Dez 2007)	Participação %	Kg Líquido	US\$ FOB (Jan-Dez 2006)	Participação %	Kg Líquido	Var. % (07/06)
Geral MS	Total das Exportações MS	1.297.176.760	100,00	5.740.333.650	1.004.338.508	100,00	5.807.739.619	29,16
3	MILHO EM GRAO, EXCETO PARA SEMEADURA	150.040.229	11,57	857.283.714	45.812.211	4,56	383.083.278	227,51
38	MILHO, EXCETO EM GRAO	1.553.370	0,12	6.378.000	---	---	---	---
71	MILHO PARA SEMEADURA	186.920	0,01	223.188	258.297	0,03	1.178.868	-27,63
93	FARINHA DE MILHO	81.673	0,01	314.125	---	---	---	---

Fonte: MDIC - SECEX (2008)

4.2 Evolução das Exportações da Jotabasso x produção

Os contratos de câmbio da Agropastoril Jotabasso foram realizados com 180 dias da data do embarque, de maneira que os valores apresentados em 2007 foram de US\$ 320.000,00 (16.000 sacos de milho), e em 2006, US\$ 190.000,00 (11.000 sacos de milho), aumento de 68,42% em relação a 2006. A previsão para

2008 será de US\$ 440.000,00 com um aumento previsto de 37,50% em relação ao ano anterior.

O total apresentado pela SECEX em 2007 foi de US\$ 186.920,00. A divergência de valores (Empresa e SECEX) deve-se ao fato de que a SECEX informa os dados estatísticos de operações efetivas com base em contratos de câmbio fechados e não em dados de operações embarcadas somente.

A evolução nas exportações realizadas pela empresa do total produzido foi de 10% em 2003, chegando em 2007 ao percentual de 25%, conforme demonstrado na Tabela 4. A diferença de 75% da produção foi direcionada para o mercado interno, segundo dados da empresa em estudo.

De 2003 a 2005 foram exportadas as sementes de milho Tipos BRS 2023, BR 106 somente. Em 2006 acrescentou a semente híbrida BR 2020 e em 2007, a semente BRS 1010.

Com relação aos contratos de câmbio os mesmos podem ser fechados no dia do embarque, sem adiantamentos, obtendo então um prêmio do banco como remuneração pela aplicação dos reais. Assim o exportador fica resguardado de eventual diferença de taxa desfavorável, pois o fechamento do câmbio funcionaria como hedge (proteção) ou arbitragem pelas oscilações eventuais de mercado.

O banco capta os recursos a juros de mercado internacional pode emprestar a seus clientes a juros do mercado nacional na carteira comercial.

TABELA 4 – Percentual de sementes de milho produzido pela Agropastoril Jotabasso destinado à exportação no período de 2002 a 2007

Ano	Tipo de Milho Híbrido	Mercado Interno	Mercado Externo
2003	BRS 2023, BR 106	90%	10%
2004	BRS 2223, BR 106	87%	13%
2005	BRS 2223, BR 106	82%	18%
2006	BRS 2223, BR 106 BRS 2020	80%	20%
2007	BRS 2223, BR 106, BRS 2020, BRS 1010	75%	25%

Fonte: Empresa (2008)

4.3 Canais de distribuição

A empresa realizou várias exportações, mas teve problemas no início com os canais de distribuição de seu produto visto que os mesmos não eram idôneos, ocorrendo transtorno para a empresa. Essa foi a parte crucial dos primeiros negócios. As dificuldades com os canais de distribuição no Paraguai, finalmente foram superadas com um importador idôneo, que atendeu às suas expectativas: a empresa Alemana Importadora, com sede em Assunção, a qual vem adquirindo e distribuindo as sementes de milho híbrido da Jotabasso naquele país. A empresa brasileira acabou se consolidando no mercado paraguaio através desse novo e único canal de distribuição.

O canal de distribuição é o caminho percorrido pela mercadoria, desde o produtor/exportador até o importador e usuários finais. Escolher o canal de distribuição adequado é fator fundamental para o bom êxito da negociação. Esse canal pode ter várias formas:

- a) Agente Externo - representante do exportador, com exclusividade de vendas de seus produtos num determinado mercado, podendo ser remunerado através de comissão previamente estipulada com o exportador;
- b) Corretor – agente especializado em um determinado grupo de produtos ou setor;
- c) Importador-distribuidor – sediado no país de destino o qual se dedica ao comércio de importação e distribuição, por atacado, de mercadorias. (MURTA, 2005).

A alternativa para adentrar no mercado paraguaio foi associar o produto à tecnologia da Embrapa⁶ a qual era muito conhecida e gozava de grande conceito

⁶ Empresa pública de direito privado, vinculada ao Ministério de Agricultura e Abastecimento, é a maior e principal instituição de pesquisa agropecuária do país. Na esfera internacional, destaca-se como o principal centro de tecnologia agropecuária tropical (FUCK, 2005).

entre os produtores paraguaios⁷. A divulgação da semente de milho híbrido e da marca “*Sementes Jotabasso*”, fez-se através de diversas ações, entre elas:

- a) Dia de campo;
- b) Palestra com os Agricultores;
- c) Participação em exposições nas Colônias Unidas – UENAL, no Departamento de Encarnación, Paraguai;
- d) Participação em exposições - Agroshow Copronar, no Departamento de Santa Rita, Paraguai, nas imediações de Foz do Iguaçu;
- e) Divulgação em revistas especializadas do segmento de sementes.

O resultado foi positivo, a Jotabasso ficou conhecida naquele país, com reflexo no aumento da demanda por sementes; e, conseqüentemente, aumentando também os investimentos no setor.

No início atuava como exportadora experimental, considerando o mercado paraguaio uma extensão do mercado interno, efetuando esporadicamente algumas exportações para vários clientes no Paraguai. Mas tinha por objetivo direcionar seu planejamento estratégico com visão de longo prazo,

Apesar de pouco volume e não tendo uma seqüência ainda nos negócios internacionais, a exportação foi considerada uma atividade rentável mesmo com a desvalorização do dólar dos Estados Unidos, salvo quando o real estava muito valorizado (2006 – 2007). Nesse período a empresa trabalhou com margem de lucro bastante reduzida ou até mesmo em alguns casos com prejuízo, visto não ter sido possível ajustar os preços no mercado externo. Mas para manter o mercado, continuou exportando regularmente no período de baixa cambial.

Verificou-se que a empresa possui um único comprador no exterior, ficando vulnerável às instabilidades do mercado paraguaio caso o importador decida não comprar ou diminuir o volume de negócios com seu cliente. Por isso, faz-se necessário a Jotabasso buscar outros mercados junto a países sul-americanos ou fortalecer o mercado interno.

⁷ Deve constar nas embalagens o rótulo com a expressão "Tecnologia Embrapa" (FUCH, 2005). A empresa constou "Genética Embrapa" nas embalagens.

4.4 Qualidade da semente de milho exportada

A qualidade da semente de milho híbrido é fundamental no processo da exportação. Perguntado à empresa se possuía laboratório, informou que possui laboratório para atestar as sementes de milho híbrido para uso próprio não disponibilizando para terceiros, por não ter retorno financeiro. Segundo os diretores da empresa, o laboratório de sementes é comparado aos melhores laboratórios de outros países. Todas as sementes produzidas têm a tecnologia da Embrapa.

Para se vender qualquer tipo de sementes de milho ao Paraguai, testou-se a mesma por dois anos, após esse prazo foi autorizada a sua comercialização. As sementes foram previamente testadas no país vizinho e a certificação das sementes foi dada pelo Centro Regional de Investigação Agropecuária (CRIA), no Paraguai para as seguintes sementes da Agropastoril Jotabasso: BRS 1010, BRS 1031, BRS 3003, BRS 2020, BRS 2223 e BR 106.

4.5 Embalagem

Quando dos pedidos de comercialização, as sementes devem estar preparadas nas embalagens apropriadas para se vender tanto no mercado interno como no mercado externo. Todas as embalagens devem contar o tipo de semente de milho, peso, marca.

As embalagens de sementes de milho exportadas para o Paraguai são as mesmas para o mercado interno, porém não constou a descrição da mercadoria nos padrões internacionais, peso bruto, peso líquido, em inglês ou espanhol, e descrição da mercadoria.

A alternativa utilizada foi colocar etiquetas nas embalagens, constando a descrição da mercadoria e a garantia da mesma em língua espanhola com o número do Certificado AFIDI, ou o Certificado Fitossanitário (*Phytosanitary Certificate*) fornecido pela Secretaria Federal da Agricultura. No embarque devem-se verificar as condições da carroceria do transportador antes de se colocar os

sacos de sementes. O transporte da fábrica até a Aduana paraguaia, em Pedro Juan Caballero, é realizado pela Data Despachos Aduaneiros e Transportes Rodoviários Ltda. No trajeto de Pedro Juan Caballero a Assunção, a empresa utiliza outro caminhão autorizado pelo Ministério de Transporte. Na Aduana paraguaia é colocada uma segunda etiqueta, para controle interno do país além do que são colhidas as amostras do produto (semente). Para evitar que os fiscais da aduana paraguaia furem os sacos contendo a semente de milho, toma-se o cuidado de enviar as referidas amostras, em separado, para cada embarque para não danificar as embalagens.

Por ocasião do transbordo da carga, vários sacos de sementes estavam sendo rasgados, não havia o cuidado necessário pelas pessoas encarregadas de fazer esse serviço. Por isso adotou-se o sistema de enviar um funcionário para observar o manuseio da carga de um caminhão para outro. Com essa medida diminuíram os estragos na sacaria de sementes que são de papelão e são utilizadas tanto como embalagem de transporte como de apresentação, diminuindo também os prejuízos com a reposição de embalagens, mantendo a integridade e conservação do produto até o consumidor final.

A entrega da mercadoria ao comprador não ficou especificada se foi quando houve o transbordo da mercadoria para outro caminhão, ou quando ela foi entregue ao importador em Assunção.

A Jotabasso passa a ter um movimento de exportação considerável para o Paraguai, portanto deve realizar estudos para ter embalagens próprias para o mercado externo seguindo os padrões internacionais e mais resistentes para evitar que as mesmas não se estraguem no manuseio do carregamento e descarregamento tanto na Aduana paraguaia como no estabelecimento do importador.

Os padrões de comércio internacional requerem embalagens apropriadas que atendam aos consumidores finais, devido ser um dos itens importantes em uma exportação, o produto será mais vendido ou menos vendido no exterior, conforme o que é mostrado, com as informações básicas do produto.

4.6 Preço de mercado interno e do mercado externo

Estabelecer o preço da exportação para as empresas que exportam não é uma tarefa muito fácil, envolve, além dos custos, as particularidades ligadas ao mercado alvo. Os preços ou as margens de lucro levam em conta aqueles praticados pela concorrência internacional, que deve estar entre o preço mínimo e máximo estabelecidos, os quais são controlados pela Organização Mundial de Comércio – OMC. Mas de regra geral, o cálculo do preço está baseado no preço do mercado interno.

Para se estabelecer o preço de exportações há necessidade do seguinte modelo de formação de preço, no qual fica evidenciada a isenção dos impostos nos processos de exportação, conforme apresentado na Tabela 5 a seguir. A isenção de impostos é fundamental para a empresa brasileira, pois assim ela pode competir com outras empresas do mercado internacional que vende o mesmo tipo de produto. A empresa utilizou o Incoterms FCA, entregando a mercadoria na alfândega paraguaia em Pedro Juan Caballero com destino Assunção, conforme observado em uma fatura comercial de um processo de exportação.

TABELA 5 – Modelo simplificado para formação de preço para exportação

Descrição para formação de preço para exportação	Descrição em real
1. Preço interno com IPI e ICMS	Valor Preço Interno
2. (-) Isenção do IPI.....	Valor IPI
3. Preço Interno sem IPI	Valor sem IPI
4. (-) Não incidência do ICMS	Valor do ICMS
5. (-) Isenção do PIS e da COFINS	Valor do PIS/COFINS
6. Preço Interno sem os impostos	Valor sem impostos
7. (+) Frete interno fábrica/Fronteira SRF	Valor do Frete
8. (+) Seguro interno fábrica/fronteira SRF	Valor do Seguro
9. (+) Despesas com o despachante aduaneiro	Valor Desp Despachante
10. Preço cobrindo custos, despesas e lucro	Valor (C, D, L)
11. Preço FOB ou FCA em Real	Preço FOB ou FCA – R\$
12. Preço FOB ou FCA em real (:) tx de câmbio = US\$	Preço FOB ou FCA – US\$

Fonte: Castro (2000), adaptado pelo pesquisador

A Jotabasso não informou os valores de um processo de exportação para formação de preço como forma de demonstrar a seqüência até se chegar ao Incoterms FCA. Segundo informações do Departamento de Exportação as mercadorias são entregues em Assunção, utilizando o Incoterms CIF, porém nos documentos de exportação consta somente o Incoterms FCA/Assunção, havendo divergência de informações quanto ao uso do Incoterms correto.

No caso de utilização do Incoterms FCA as despesas de transportes são por conta do comprador e o seguro não é obrigatório, porém, não ficou especificado nos documentos relativo ao embarque se as despesas de seguro e de transportes de Pedro Juan Caballero até Assunção correm por conta do importador.

4.7 Problemas alfandegários no Paraguai

Um dos problemas apontados pela empresa é que na liberação da carga pela Aduana, no Paraguai, o processo demorava apenas um dia para se efetivar mediante o simples envio de xerox da documentação para Assunção. Atualmente há necessidade de se enviar a documentação original à Assunção, cujo processo leva três dias para se efetuar a autorização o que é um grande transtorno, pois a mercadoria (sementes) fica à mercê de sol ou chuva, podendo prejudicar a qualidade da semente exportada. Segundo o Gerente Comercial da Jotabasso, esse procedimento é de certa forma uma barreira imposta pelo Paraguai a produtos brasileiros, ou barreiras não-tarifárias (BNTs).

BNTs no entender de Castilho (1996), citado por Miranda e Barros (2001), citando a definição da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, 1985), “são todas as regulações públicas e práticas governamentais que estabelecem um tratamento desigual entre bens domésticos e bens estrangeiros de produção igual ou similar”. E diz ainda que a categoria dos procedimentos alfandegários e práticas administrativas caracteriza-se por ser uma das mais complexas em termos de mensuração dos impactos.

4.8 Passos de uma exportação de sementes da Jotabasso

A seguir o fluxograma de um processo de exportação de sementes de milho híbrido segundo informações do Departamento de Exportação, na modalidade de cobrança indireta.

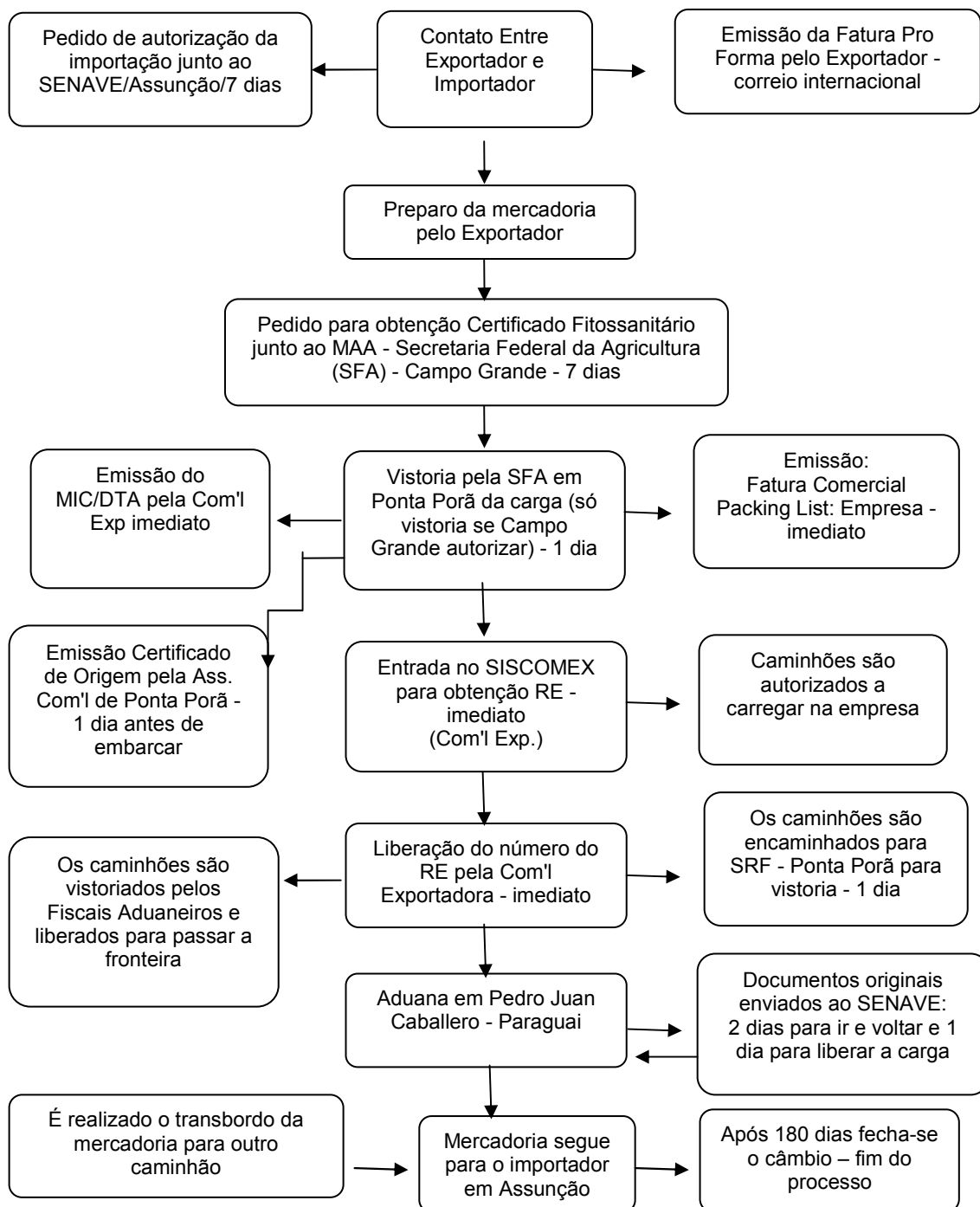


Figura 3 - Passos da exportação de sementes de milho híbrido da Agropastoril Jotabasso

Segundo a Figura 3, a primeira etapa do processo da exportação é o contato entre as partes que pode ser via email ou até pessoalmente estabelecendo o desejo da comercialização do produto. Confirmada a negociação o exportador emite a Fatura Pro Forma – *Pro Form Invoice* na qual constam os

dados da exportação: montante em dólares, descrição da mercadoria, nome do comprador no exterior e endereço, nome do vendedor e endereço, o Incoterms FCA, tipo da negociação - cobrança documentária com prazo de 180 dias da data do embarque - cláusula dizendo que a mercadoria não é transgênica, banco Sicredi, negociador da operação.

De posse da Fatura Pró Forma, o importador solicita a autorização da importação junto ao SENAVE, em Assunção, a qual demora sete dias para ser obtida. Nesse ínterim a empresa inicia o processo de preparação da semente de milho para embarque com base no pedido estipulado na Fatura Pro Forma.

Enquanto aguarda a autorização do Paraguai, do órgão SENAVE, a empresa brasileira solicita à Secretaria Federal da Agricultura em Campo Grande, órgão do Ministério da Agricultura e Abastecimento o pedido de autorização para obter o Certificado Fitossanitário (*Phytosanitary Certificate*), que leva sete dias em sua obtenção. De posse dessa autorização a SFA autoriza a vistoria da carga em Ponta Porá, cujo processo demora um dia.

Nesse momento a Jotabasso emite a Fatura Comercial na qual constam os seguintes dados: importador, endereço, cidade e país, valor da moeda estrangeira, prazo da negociação, total de sacos de sementes exportados, valor unitário e valor total do embarque, o Incoterms FCA utilizado, nome, endereço do exportador, e também o *Packing List* (romaneio de embarque) com a descrição dos tipos de milho híbrido, cujo total em moeda estrangeira deve ser igual ao da Fatura Comercial.

A Jotabasso solicita o Certificado de Origem da mercadoria de emissão da Associação Comercial de Ponta Porã um dia antes de embarcar.

Como o embarque já está na seqüência, a Comercial Exportadora emite os documentos de transportes, o Manifesto Internacional da Carga – MIC, juntamente com a Declaração de Trânsito Aduaneiro – DTA devidos já que a carga completa um caminhão.

Em seguida a Comercial Exportadora entra no sistema do SISCOMEX para obter o Registro da Exportação – RE a ser fornecido pela SRF. São diversas telas, o sistema vai solicitando todas as informações da exportação. O acesso é autorizado, digitando-se o código, CPF, e onde diz “sistema” deve-se digitar

Siscomex. Na tela 04 a Comercial Exportadora escolhe a opção Export-Ex a qual indica o perfil do exportador e na tela 05 a transação específica (PCEX 300), para efetuar o Registro de Exportação – RE. Na tela 07 constam os seguintes dados: CGC, nome da empresa, enquadramento da operação se tem ou não cobertura cambial. Nesse momento o sistema pede a Unidade da SRF, local do despacho e do embarque para o exterior (Ponta Porã), constando também o nome do importador (Importadora Alemana), código do país e destino da mercadoria (Paraguai). Na tela 19 o sistema já fornece o número do RE, país do MERCOSUL, o Incoterms FCA, valor de dólar dos Estados Unidos (código nr. 220) e modalidade da transação (cobrança). Em seguida deve-se digitar o código da NCM do milho híbrido (1005.10.00.00) e da Naladi/SH, a descrição da mercadoria e o estado produtor. Na tela 27, o embarque, peso líquido, quantidade, peso bruto e se a empresa é fabricante ou não (sim S ou não N) da mercadoria. E na tela 34 conclui-se o registro da exportação.

Enquanto se obtém o Registro da Exportação no Siscomex, os caminhões são autorizados a carregar a mercadoria na Jotabasso. Com o número do RE obtido, os caminhões seguem para a SRF para serem vistoriados pelos Fiscais Aduaneiros, onde haverá a conferência documental e física da mercadoria. Esse processo demora um dia para se realizar. Em seguida o caminhão fica autorizado a seguir até a Aduana paraguaia. O caminhão adentra na Aduana, no Paraguai. Os documentos originais que acompanham o caminhão são enviados para o órgão SENAVE em Assunção, os quais levam um dia para ir e outro para voltar para se obter a autorização de embarque e mais um dia para liberar a carga na aduana paraguaia.

Em seguida, é realizado o transbordo da mercadoria para outro caminhão sob a fiscalização de um funcionário da Jotabasso; depois de carregado, segue para a Importadora Alemana em Assunção.

Somente após 180 dias do embarque o câmbio é fechado finalizando o processo de exportação de sementes de milho.

5 CONCLUSÕES

Com a realização do estudo conclui-se que a empresa direcionou seus negócios para o exterior devido à concorrência acirrada e oportunidades de negócios, levando-a a aumentar sua produção de sementes de milho, proporcionando maior rentabilidade pela ampliação de mercado.

O processo de exportação é um processo complexo, requer procedimentos específicos da parte burocrático-administrativa do setor de exportação, dos normativos da SRF e de conhecimentos da área internacional

Além disso, requer um entrelaçamento constante entre o exportador e o importador, conhecimento do mercado externo e das particularidades do país comprador do produto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comercialização de sementes de milho híbrido implica um processo bastante longo, desde a escolha da semente até o recebimento da mesma pelo importador em outro país, que pode demorar até dois anos.

Várias empresas disputam o espaço de produção de sementes no Brasil entre elas a Agropastoril Jotabasso, com sede no município de Ponta Porã, Mato Grosso do Sul, a qual direciona seus negócios tanto para o mercado interno como para o mercado externo, especificamente para o Paraguai.

Observou-se junto à empresa que a semente de milho produzida é de alta qualidade, seguindo os padrões internacionais. A empresa possui um laboratório comparável aos laboratórios dos Estados Unidos, segundo seus diretores, visto que os mesmos estiveram nos laboratórios de sementes daquele país e puderam fazer a comparação.

Os procedimentos burocráticos de exportação de sementes são comparáveis aos procedimentos burocráticos de exportação de sementes em qualquer lugar do país, visto que as normas de processamento de exportações são semelhantes para qualquer localidade.

O transporte utilizado obedece às normas internacionais e os transportadores estão registrados no Ministério de Transportes. A empresa teve o cuidado de embarcar o produto de acordo com o que estipula a Carta de Crédito no período de 2002 a 2005, quando do início de suas atividades por desconhecimento do importador. A partir de 2006 vem realizando as negociações com o importador paraguaio com base em cobrança, no sentido de diminuir os

custos. Essa decisão só foi tomada por já existir um relacionamento comercial muito seguro com o seu cliente.

É necessário que os funcionários do setor de exportação estejam se capacitando regularmente para evitar quaisquer erros no processamento da exportação com seu cliente, no Paraguai. Segundo dados da empresa, ela oferece capacitação aos funcionários do setor. Os conhecimentos nessa área são adquiridos através de procedimentos anteriores na empresa, nos despachantes aduaneiros, não havendo treinamentos específicos em comércio exterior. A Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul vem oferecendo o Curso de Administração com habilitação em Comércio Exterior no qual oferece a parte teórica sobre o comércio exterior e a parte prática dos alunos é desenvolvida junto às diversas empresas na fronteira que atuam nesse tipo de comércio, sendo a maioria na forma de exportação indireta.

Nas operações com Carta de Crédito os documentos originais foram enviados diretamente pelo exportador ao importador para agilizar o desembaraço aduaneiro naquele país e evitar a demora da chegada dos documentos originais. Se fossem enviados através do banco negociador, na Praça de Porto Alegre, os documentos chegariam com atraso no país de destino, dificultando a liberação da mercadoria, e o importador teria que pagar despesas de armazenagem, onerando os custos finais. Após a entrega dos documentos, o banco brasileiro solicitou o reembolso das divisas ao banco correspondente no exterior em New York, USA, o qual, após o pagamento, informou ao banco brasileiro e este liquidou a exportação.

No processo de cobrança, o importador fez o pagamento da operação no banco paraguaio o qual por sua vez enviou ordem de pagamento, em dólar, dos Estados Unidos, a seu correspondente na praça de New York a favor do banco brasileiro e este, após receber o aviso de crédito do exterior, procedeu à liquidação do contrato de câmbio, finalizando a operação.

Segundo informações da empresa, esta não tem perspectiva para exportação de sementes de milho para outros países do MERCOSUL e fora deste bloco econômico, pois toda a produção já tem destino tanto para o mercado interno como para o mercado externo. Mas caso precise vender para outros países estará apta a realizar negócios de sementes, pois os procedimentos

burocráticos e administrativos relativos a uma exportação são semelhantes, o que irão mudar serão os parceiros, os canais de distribuição, conhecer a cultura e costumes de outro país.

Podem-se observar alguns pontos vulneráveis na empresa: a) existe somente um comprador do produto no exterior; b) o fechamento de câmbio é realizado após o recebimento dos dólares no exterior; c) não se faz adiantamentos sobre contratos de câmbio; d) tampouco se fazem fechamentos de câmbio sem adiantamentos para fornecer caixa ao banco o qual deve pagar um prêmio sobre os reais da operação.

Espera-se que este estudo seja basilar a outros nesta temática e que sua leitura instigue novas pesquisas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACOSTA, L. E. A. Seed News: **O negócio sementes no Paraguai**, 2004. Disponível em < <http://www.seednews.inf.br/português/seed85/artigocapa8>>. Acesso em: 05 jan. 2008.

ACUFF, F. L. **Como negociar qualquer coisa com qualquer pessoa em qualquer lugar**. São Paulo: Editora SENAC, 1998.

ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalho de graduação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1997.

BANCO CENTRAL DO BRASIL (BACEN). 2008. **Consolidação das normas cambiais (CNC)**. Disponível em < www.bcb.gov.br/rex/CNC/ftp/cnc.pdf>. Acesso em 05 jan. 2008.

BATALHA, M. O. **Gestão agroindustrial**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2001

BORINI, F. M. et al; **O prisma da internacionalização: um estudo de caso** (*The internationalization perspective: a case study*) *FACES R. Adm.* Belo Horizonte · v. 5 · n. 3 · p. 42-55 · set. / dez. 2006.

BRASIL. Ministério da Fazenda. **Secretaria da Receita Federal**, Disponível em <<http://www.receita.fazenda.gov.br/Grupo1/Aduana.asp>> Acesso em: 29 dez. 2007.

_____. Ministério das Relações Exteriores. **Departamento de Promoção Comercial (DPR)** / Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) da Universidade de São Paulo – USP. Disponível em < <http://www.braziltradenet.gov.br/frmBrazilTradeNet.aspx>>. Acesso em: 02 de mar. 2007.

_____. Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC)/ Secretaria de Comércio Exterior (SECEX) – Departamento de Planejamento (DEPLA), 14/09/2008. **ALICEWEB**. Disponível em < http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1222195861.pdf>. Acesso em: 11 ago. 2008.

_____. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Como exportar** – Paraguai. Disponível em <<http://www.braziltradenet.gov.br/ARQUIVOS/Publicações/ComoExportar/CEXParaguai.pdf>>. Acesso em: 29 dez. 2007.

BREITENBAUCH, G.; TEODORO, J. Internacionalização das empresas do setor calçadista de São João Batista. Universidade do Vale do Itajaí. Disponível em <<http://www.ead.fea.usp.br>>. Acesso em: 02 mai. 2008.

CARRARO, I. M. A importância da utilização de sementes melhoradas na agricultura moderna. **Associação Brasileira de Sementes, 2004.** Disponível em <<http://www.abrasem.com.br/site/?p=abrasem>>. Acesso em: 06 dez. 2007.

_____. Artigo Sementes transgênicas e o negócio de sementes no Brasil. In: **Seed. News: a revista internacional de sementes.** vol 116.

CASTRO, J. A. Exportação – aspectos práticos e operacionais. 3 ed. São Paulo: Aduaneiras, 2000.

_____. **Exportação – aspectos práticos e operacionais.** 4 ed. São Paulo. Aduaneiras, 2007.

CAVE, R. et al. Economia internacional – comércio e transações globais. São Paulo: Saraiva, 2001.

CEPEA/ESALQ. USP. Indicador de Preços do MILHO ESALQ/BM&FBovespa. Centro e Estudos Avançados de Economia Aplicada. Disponível em <http://www.cepea.esalq.usp.br>. Acesso em 10 dez. 2007.

DATHEIN, R; VANAZZI, A. S. A integração latino-americana sob a perspectiva do desenvolvimento econômico. Disponível em <http://www.ufrgs.br>>. Acesso em 10 dez. 2007.

DEL CARPIO, R. F. V. Carta de Crédito e UCP 500 (comentada) São Paulo: Aduaneiras, 2003.

_____. **Cobranças documentárias e URC 522 da CCI** (comentada). 4 ed. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

DIAS, R.; RODRIGUES, W. Comércio Exterior – Teoria e Gestão. São Paulo: Atlas, 2005.

ETC GROUP. The World's Top 10 Seed Companies – 2006. Canadá Disponível em [http://www.etcgroup.org / em / materials / publications.html? pub_id = 615](http://www.etcgroup.org/em/materials/publications.html?pub_id=615). Acesso em 17 dez. 2008

FUCK, M. P. Funções públicas e arranjos institucionais: o papel da Embrapa na organização da pesquisa de soja e milho híbrido no Brasil. 2005. 121 f. Campinas. Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Geociências. Campinas, SP: [s.n.], 2005.

GARCIA, L. M. Exportar: rotinas e procedimentos, incentivos e formação de preços. São Paulo: Aduaneiras, 2006.

GASTALDI, J. P. Elementos de Economia política. 17 ed. São Paulo: Saraiva, 1999

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

INCOTERMS 2000. ICC official rules for the interpretation of trade terms. (Regras oficiais da CCI para a interpretação de termos comerciais). São Paulo: Aduaneiras, 2000.

LEITE, F. C. T; PINHEIRO, L. E. L. O estudo de caso como delineamento metodológico: aplicabilidade e consistência. In: BAUER, F. C. e VARGAS JUNIOR, F. M. **Produção e gestão agroindustrial.** Campo Grande: Editora UNIDERP, 2005. p. 145 – 164.

LOKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Metodologia científica. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1991.

LUNARDI, ANGELO L. Carta de crédito & UCP 600. 2008. Disponível em <http://cartadecredito.blogspot.com/2008/02/carta-de-crdito-i.html>. Acesso em 19 dez. 2008.

MELLO, F. Manual de crédito documentário (Teoria e Prática). São Paulo: Aduaneiras, 1990.

MERCOSUL / cmc / dec. N° 03/06 **Regimes especiais de importação**. Disponível em <<http://www.mercosur.int/msweb/sm/normas/decisiones/pt/2006>> Acesso em 31 dez. 2007. (prorrogação da TEC)

_____. **Os passos necessários para a integração regional**. Disponível em <<http://www.mercosul.org>>. Acesso em: 05 mar. 2008

METHOL, M. Maíz y sorgo: situación y perspectivas. Disponível em: <<http://www.mgap.gub.uy/opypa/ANUARIOS/Anuario05/CadenasProductivas/maiz%20y%20sorgo.pdf>>. Acesso em 05 mar.2008.

MIRANDA, S. H. G.; BARROS, G. S. C. Quantificação dos efeitos das barreiras não-tarifárias sobre as exportações brasileiras de carne bovina. Barreiras Comerciais. Contextualização, histórico, definições e classificação das BNTs. Disponível em <<http://www.cepea/esalq/USP>> Acesso em 10 dez. 2007.

MUNDSTOCK, C. M.; SILVA, P. R F. O Cultivo do Milho para Altos Rendimentos. Disponível em <<http://www.seednews.inf.br/portugues/seed103/artigocapa103a.shtml>> Acesso em: 05 jan. 2008.

MURTA, R. Princípios de comércio exterior. São Paulo: Saraiva, 2005.

NATIONAL LAW CENTER FOR INTER-AMERICAN FREE TRADE. InterAmSM Database, 1 de octubre de 2006 - **Programa nacional de fomento y comercialización del maíz período 2003 2008**. Disponível em <<http://www.natlaw.com/interam/pr/ag/SP/spprag00003.pdf>>. Acesso em: 27 dez. 2007.

PARAGUAI. Ley N° 2459 - **Servicio Nacional de Calidad Y Sanidad Vegetal y de Semillas (SENAVE)**. 1994. El Congreso de La Nación Paraguaya. Disponível em <<http://www.Senave.Gov.Py/Docs/Ley2459.Pdfs>>. Acesso em: 02 jan. 2008.

_____. Ministerio de Agricultura y Ganaderia. **Legislacion Nacional – Paraguay, Ley No. 385, de Semillas Y Protección de Cultivares**. Disponível em <<http://www.mag.gov.py>>, Acesso em: 27 dez. 2007.

RABOCH, H.; AMAL, M. A internacionalização de pequenas empresas: um estudo de caso na região do vale do Itajaí. 2006. In: **Dynamis revista tecnocientífica**. ISSN-1982-4866, (jan-mar/2008) n.14, vol.1, 1-11.

RATTI, B. Comércio internacional e câmbio. 10 ed. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

GUIMARÃES, P. E. Milho – a Engenharia do híbrido. In: **REVISTA RURAL.** Edições 2005, nr. 92.

SALVATORE, D. Economia internacional. 6 ed. Rio de Janeiro: Ed. LTC, 2000.

SIMÕES, R. C. F.; MORINI, C.. Universidade Metodista de Piracicaba (UNIMEP) **A ordem econômica mundial: considerações sobre a formação de blocos econômicos e o MERCOSUL.** (*The world economic order: considerations on the constitution of economic blocks and MERCOSUL.* p. 139-154. Disponível em < <http://www.unimep.br/phpg/editora/revistaspdf/imp31art07.pdf>>. Acesso em: 06 de dez. 2007.

SOARES, C. C. Introdução ao comércio exterior: fundamentos teóricos do comércio internacional. São Paulo: Saraiva, 2004.

UNIFORM CUSTOMS AND PRACTICE FOR DOCUMENTARY CREDITS (UCP 600) - eBook version. <<http://www.iccbooks.com/Product/CategoryInfo.aspx?cid=116>> Acesso em 19 dez. 2008.z. 2008.00

VASCONCELLOS, M. A. S.; PINHO, D. B. Manual de Economia. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

VASQUES, J. L. Comércio Exterior brasileiro. Política brasileira de exportação. Cap 5. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2004

WALTER, M. A importância da semente na agricultura. Farmacêutica, Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Agronomia, Universidade Federal de Santa Maria. Disponível em <<http://www.ufsm.br/semences/docs/importancia>>. Acesso em: 06 dez. 2007.

WERNECK, P. Comércio Exterior e Despacho Aduaneiro. 4 ed. São Paulo: Aduaneiras, 2007.